

**PENGARUH *EKSPERIENTAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Pelanggan Larissa Aesthetic Center Skincare di
Surakarta)**



SKRIPSI

Oleh

Maulina Rahmatika

NIM : C.0117001

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
SURAKARTA**

2021

**PENGARUH *EKSPERIENTAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Pelanggan Larissa Aesthetic Center Skincare di
Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas Dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Oleh

Maulina Rahmatika

NIM : C.0117001

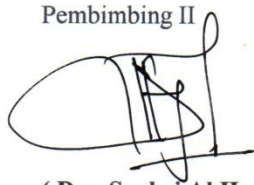
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
SURAKARTA**

2021

Persetujuan Dosen Pembimbing

Surakarta, 28 Juni 2021
Disetujui dan Diterima Baik
Untuk Dipertahankan

Pembimbing II



(Drs. Syahri Al Husin, M.S)

NIDN. 0628016201

Pembimbing I



(Drs. Laksono Sumarto, MM)

NIDN. 0622125906

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH EKSPERIENTAL MARKETING, WORD OF MOUTH DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN LARISSA AESTHETIC CENTER SKINCARE DI SURAKARTA)

Oleh
Maulina Rahmatika
NIM : C.0117001

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Diterima dengan Baik Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Tanggal : 24 Juli 2021

Tempat : Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Dewan Penguji

- | | | |
|--|-----------------|-------|
| 1. Drs. Trio Handoko, M.M | (Ketua Penguji) | |
| 2. A. Zailani, SE., S.Ag., M.Pd., M.Si | (Sekretaris) | |
| 3. Drs. Laksono Sumarto, M.M | (Anggota) | |

Tanda Tangan

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan
Surakarta


(Drs. Trio Handoko M.M)
NIDN. 0630055901

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul : *PENGARUH EKSPERIMENTAL MARKETING, WORD OF MOUTH DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA LARISSA AESTHETIC CENTER SKINCARE DI SURAKARTA)* adalah karya saya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya orang lain dengan cara tidak sesuai tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut dengan plagiarisme.
2. Hal intelektual atas karya ilmiah ini saya serahkan sepenuhnya pada Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

Atas pernyataan ini, apabila ada di kemudian hari ditemukan ketidak benaran atas skripsi yang saya tulis, saya bersedia menanggung sanksi yang diberi pada saya.

Surakarta, 28 Juni 2021

Penulis,

Materai

Maulina Rahmatika



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bukan Nasib yang menjadi musuh dari suatu proses perjalanan mencapai
kesuksesan,
Tapi malas dan menunda berjuang.
Allah selalu membersamai orang yang mau berusaha.

(Maulina Rahmatika)

Dan barangsiapa yang bertakwa kepada Allah niscaya Allah menjadikan baginya
kemudahan dalam urusannya

(Ath-Thalaq/65 : 4)

Tiada guna IQ kita tinggi tetapi malas dan tidak berdisiplin. Yang terpenting
adalah kita sehat dan rela berkorban demi masa depan yang cerah

(Bj. Habibie)

When people are determined they can overcome anything.

(Nelson Mandela)

-  Kupersembahkan Untuk
-  Kedua Orang Tuaku
-  Diriku Sendiri
-  Keluargaku Tercinta
-  Sahabat – Sahabatku
-  Teman Teman Seperjuangan
-  Fakultas Ekonomi dan Bisnis
-  Almamaterku

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah yang sudah senantiasa memberi karuniaNya agar bisa terselesaikannya skripsi berikut tepat pada waktunya berjudul “PENGARUH *EKSPERIENTAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA LARISSA AESTHETIC CENTER DI SURAKARTA)”

Penelitian ini menjelaskan tentang pengertian Keputusan Pembelian atau secara lebih khusus membahas tentang faktor-faktor *Eksperiental Marketing*, *Word Of Mouth* dan *Service Quality* yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Diharapkan dengan adanya skripsi ini bisa menginformasikan bagi banyak pihak maupun peneliti selanjutnya mengenai Keputusan Pembelian.

Dalam menyusun skripsi ini tidak dapat dijalankan sebaik baiknya apabila tidak adanya dibantu dan kerjasama oleh pihak lain. Atas segala karunia yang sudah diberi dari Allah, penulis turut ingin berterima kasih untuk pihak lain. Maka kali ini penulis ucapkan berterima kasih sebanyak-banyaknya bagi banyak pihak yang sudah memberikan bantuan dan mendorong terwujudnya skripsi yang telah dikerjakan, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir Tresna Priyana Soemardi, S.E, M.S., sebagai Rektor Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
2. Bapak Drs. Trio Handoko, M.M , selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta dan wakil dekan I Ibu Dra. Mrih Rumaningsih, M.M, beserta ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Bapak Drs. M Nurhadi S,M.M.
3. Bapak Drs. Laksono Sumarto, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Syahri AL Husein, M.S selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membimbing serta membantu mulai dari awal hingga selesai penyusunan skripsi ini.
4. Bapak/ibu dosen pengajar fakultas ekonomi dan bisnis universitas tunas pembangunan surakarta yang telah membagikan ilmunya demi memperluas wawasan penulis. beserta seluruh staf yang telah membantu serta memberikan

kemudahan dan fasilitas dalam rangka penyusunan skripsi.

5. Kepada General Manager Larissa Aesthetic Center Ibu Diah Riana yang senantiasa membantu kelancaran dan memberikan kemudahan penulis dalam penelitian.
6. Kepada kedua Orang Tua, ayahanda Haryanto, ibunda Sri Hartati yang sudah membesarkan dan mendukung segala tindakan penulis baik secara finansial maupun emosional. Serta selalu mendoakan kelancaran dan kesuksesan penulis.
7. Kepada sahabat Ade Yusup, Azi Nur Pujiyanto, Fungsi Ari Wibowo dan seluruh teman yang tak bisa disebutkan seluruhnya namun selalu memberi motivasi inspirasi maupun dukungan untuk mengerjakan skripsi penulis. Penulis sadar jika penyusunan skripsi ini sangat tidak mendekati kata sempurna dengan demikian masukan maupun saran yang diberikan banyak pihak senantiasa diharapkan untuk dapat menyempurnakan penelitian yang telah dilakukan, disertai kerendahan hati penulis mengutarakan maaf untuk berbagai kekurangannya. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi diri pribadi penulis, almamater dan penelitian selanjutnya. Amin.

Surakarta, 20 Juni 2021

Penulis



Maulina Rahmatika

NIM : C0117001

**PENGARUH *EKSPERIENTAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Pelanggan Larissa Aesthetic Center Skincare di Surakarta)**

Oleh

Maulina Rahmatika

NIM : C0117001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *Ekperiental Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Surakarta, (2) Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Surakarta, (3) Pengaruh *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Surakarta, (4) Pengaruh *Eksperiental Marketing*, *Word Of Mouth* Dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Larissa Aesthetic Center di Surakarta.

Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan teknik untuk menganalisis data menggunakan regresi linier berganda. Penggunaan metode dalam menentukan sampel ialah berupa *purposive sampling* sehingga didapat sejumlah 100 responden. Data responden didapat dengan menyebarkan kuisioner yang telah disusun kepada responden melalui media online.

Penelitian yang dihasilkan memperlihatkan jika *Eksperiental Marketing* dengan parsial memberi pengaruh yang positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian sebesar 29%. *Word Of Mouth* menunjukkan pengaruh yang lebih positif dan signifikan yakni sebesar 30,5%. *Service Quality* juga memiliki pengaruh yang cukup positif dan signifikan dengan menunjukkan besaran sebesar 28,0 %.. *Eksperiental Marketing*, *Word Of Mouth* dan *Service Quality* secara simultan atau bersama – sama juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan ditunjukkan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: *Experiental Marketing*, *Word Of Mouth*, *Service Quality*, *Keputusan Pembelian*

**THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING, WORD OF MOUTH
AND SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS (CASE
STUDY AT LARISSA AESTHETIC CENTER SURAKARTA BRANCH).**

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) The Effect of Experiential Marketing on Purchasing Decisions at Larissa Aesthetic Center Surakarta Branch, (2) The Effect of Word Of Mouth on Purchasing Decisions at Larissa Aesthetic Center Surakarta Branch, (3) The Effect of Service Quality on Purchasing Decisions at Larissa Aesthetic Center Surakarta Branch, (4) The Influence Of Experiential Marketing, Word Of Mouth And Service Quality On Purchasing Decisions At Larissa Aesthetic Center Surakarta Branch.

This research is a quantitative research with the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The method used to determine the sample in the form of purposive sampling in order to obtain a number of 100 respondents. Respondent data obtained by distributing questionnaires that have been compiled to respondents online.

The results of this study indicate that Experiential Marketing partially has a positive and significant effect on Purchasing Decisions by 29%. Word Of Mouth shows a more positive and significant effect of 30.5%. Service Quality also has a quite positive and significant effect by showing a magnitude of 28.0%. Experiential Marketing, Word Of Mouth and Service Quality simultaneously or together also have a psychological and significant effect indicated by a sig value of $0.000 < 0,05$.

**Keywords: Experiential Marketing, Word Of Mouth, Service Quality,
Purchasing Decisions**

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| PRAKATA | vi |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Tinjauan Teori..... | 7 |
| B. Penelitian Terdahulu | 15 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 18 |
| D. Hipotesis..... | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Ruang Lingkup Penelitian..... | 20 |
| B. Populasi dan Sampel | 20 |
| C. Variabel Penelitian | 21 |
| D. Sumber Data..... | 22 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 23 |
| F. Uji Kualitas Data..... | 23 |
| G. Uji Asumsi Klasik..... | 26 |

| | |
|--|-----------|
| H. Analisis Regresi Berganda | 27 |
| I. Uji Hipotesis..... | 28 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN | |
| A. Sejarah Singkat Larissa Aesthetic Center Skincare | 31 |
| B. Visi dan Misi..... | 32 |
| C. Struktur Organisasi Larissa Aesthetic Center Skincare | 32 |
| D. Produk Larissa Aesthetic Center Skincare | 32 |
| BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | |
| A. Karakteristik Responden | 36 |
| B. Hasil Validitas | 39 |
| C. Uji Reliabilitas | 42 |
| D. Uji Asumsi Klasik..... | 45 |
| E. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 49 |
| F. Hasil Uji Hipotesis | 50 |
| G. Pembahasan Hasil Penelitian | 53 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Kesimpulan | 57 |
| B. Saran..... | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | 59 |
| LAMPIRAN..... | 62 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|--|----|
| TABEL II.1 | Penelitian Terdahulu..... | 15 |
| TABEL III.1 | Penilaian Menggunakan Skala Likert..... | 23 |
| TABEL V.1 | Karakteristik Responden | 36 |
| TABEL V.2 | Hasil Uji Validitas <i>Eksperiental Marketing</i> | 40 |
| TABEL V.3 | Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> | 40 |
| TABEL V.4 | Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i> | 41 |
| TABEL V.5 | Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian | 42 |
| TABEL V.6 | Hasil Uji Reliabilitas <i>Eksperiental Marketing</i> | 43 |
| TABEL V.7 | Hasil Uji Reliabilitas <i>Word Of Mouth</i> | 43 |
| TABEL V.8 | Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i> | 44 |
| TABEL V.9 | Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian | 44 |
| TABEL V.10 | Uji Normalitas | 45 |
| TABEL V.11 | Uji Multikolinearitas | 47 |
| TABEL V.12 | Uji Heteroskedastisitas | 48 |
| TABEL V.13 | Analisi Regresi Linear Berganda..... | 49 |
| TABEL V.14 | Uji Koefisien Determinasi | 50 |
| TABEL V.15 | Uji Parsial (Uji T)..... | 51 |
| TABEL V.16 | Uji Simultan (Uji F)..... | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| GAMBAR 1 : Kerangka Pemikiran | 18 |
| GAMBAR 2 : UJI T | 29 |
| GAMBAR 3 : Uji F..... | 29 |
| GAMBAR 4 : Struktur Organisasi Larissa Aesthetic Center Skincare..... | 29 |
| GAMBAR 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 37 |
| GAMBAR 6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 37 |
| GAMBAR 7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 38 |
| GAMBAR 8 : Karakteristik Responden Berdasarkan Status..... | 39 |
| GAMBAR 9 : Uji Normalitas P-Plot | 46 |
| GAMBAR 10 : Uji Normalitas Histogram | 46 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian | 63 |
| Lampiran 2. Data Rekapitulasi Responden | 79 |
| Lampiran 3. Hasil Karakteristik Responden | 87 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Validitas | 89 |
| Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas | 93 |
| Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik | 95 |
| Lampiran 7. Uji Analisis Data | 99 |
| Lampiran 8. Surat Balasan Perusahaan | 103 |
| Lampiran 9. Presensi Konsultasi | 104 |