

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
*SMARTPHONE SAMSUNG***

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Rika Febrianti

NPM 41183402190158



Strata I

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI
FAKULTAS EKONOMI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE* SAMSUNG**

Tanggal : 17 Januari 2024

Oleh:

Rika Febrianti

41183402190158

Disetujui,

Pembimbing



Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE*
SAMSUNG**

Tanggal: 24 Januari 2024

Oleh

Rika Febrianti

NPM: 41183402190158

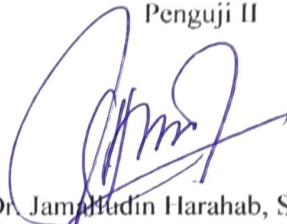
Diuji Oleh,

Penguji I



Kurniawati Mulyanti, S. E., M. M.

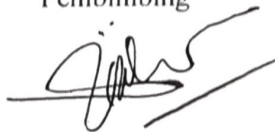
Penguji II



Dr. Jamrudin Harahab, S. E., M. Si.

Disetujui,

Pembimbing



Isti Pujihastuti, S. E., M. E.

Mengetahui,



Dr. Husnul Khatimah, S. E., M. Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S. E., M. M

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rika Febrianti
NPM : 41183402190158
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari Skripsi ini terbukti merupakan duplikat atau plagiarism ataupun terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik dan / atau sanksi yang berlaku. Demikian Lembar Pernyataan ini saya buat dengan sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 18 Januari 2024

Yang Menyatakan



Rika Febrianti

ABSTRAK

Rika Febrianti (41183402190158)

Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Samsung.

(viii + 59 halaman + 1 grafik + 17 Tabel + 2023+ 19 lampiran)

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Samsung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan teknik penyebaran kuesioner pada masyarakat DKI Jakarta yang sedang menggunakan *smartphone* Samsung dan yang pernah menggunakan *smartphone* Samsung tetapi masih memiliki *smartphone* Samsung. Data analisis menggunakan analisis linier berganda dengan program SPSS versi 25.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Samsung dengan hasil f hitung sebesar 91,996 lebih besar dari f tabel sebesar 3,94 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Variabel *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil t hitung 3,950 lebih besar dari t tabel 1,984 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil t hitung 4,339 lebih besar dari t tabel 1,984 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, secara simultan variabel *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Samsung dengan hasil R^2 sebesar 0,655 atau 65,5%. Sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas Kebai-
Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh
Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan
Smartphone Samsung**” secara tepat dan sesuai jadwal. Selain itu ada tujuan atau
motivasi di balik diselenggarakannya skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat
untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala
bantuan, bimbingan dan saran kepada:

1. Ibu Isti Pujuhastuti, SE., M.E. selaku dosen pembimbing yang telah
memberikan banyak bantuan dan arahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, SE., M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Bapak dan ibu serta saudara-saudaraku yang selalu memberika dorongan
serta motivasi dan doa dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga penulis
berhasil menyelesaikan skripsi ini.
5. Rekan-rekan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya
Yerlisa, Dimas dan rekan-rekan lain nya.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua
pembaca.

Jakarta, 12 Agustus 2023

Rika Febrianti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Ruang Lingkup Masalah.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Sikap Konsumen	9
2.3 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	9
2.3.1 Tahapan Loyalitas Pelanggan	10
2.3.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	11
2.3.3 Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan.....	11
2.4 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	11
2.4.1 Tahapan <i>Experiential Marketing</i>	12
2.4.2 Pendekatan <i>Experiential Marketing</i>	13

2.4.3	Perlunya <i>Experiential Marketing</i>	16
2.4.4	Indikator <i>Experiential Marketing</i>	16
2.5	Pengertian Kepuasan Pelanggan	17
2.5.1	Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan	17
2.5.2	Faktor-Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan	18
2.5.3	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	19
2.6	Penelitian Terdahulu	20
2.7	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	28
2.7.1	Kerangka Pemikiran.....	28
2.7.2	Hipotesis penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan	32
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.3	Lokasi dan Sampel.....	32
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6	Instrumen Penelitian	34
3.6.1	Loyalitas Pelanggan	34
3.6.2	<i>Experiential Marketing</i>	35
3.6.3	Kepuasan Pelanggan	36
3.7	Teknik Pengolahan Data.....	36
3.7.1	Uji Validitas	36
3.7.2	Uji Reliabilitas	37
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	38
a.	Uji Asumsi Normalitas	38
b.	Uji Asumsi Multikolinieritas	38

c.	Uji Asumsi Heteroskedastisitas	38
3.9	Uji Hipotesis	39
3.9.1	Uji F	39
3.9.2	Uji T	39
3.10	Analisis Linier Berganda.....	40
3.11	Koefisien Determinasi.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.1	Gambaran Umum.....	42
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan Samsung	42
4.2	Deskripsi Responden	42
4.3	Populasi dan Sampel	43
4.4	Analisis Data.....	44
4.4.1	Uji Validitas	44
4.4.2	Uji Reliabilitas	46
4.5	Deskripsi Analisis Data.....	47
4.5.1	Deskripsi Jawaban Atas Variabel Loyalitas Pelanggan	47
4.5.2	Deskripsi Jawaban Atas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	48
4.5.3	Deskripsi Jawaban Atas Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	50
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	51
4.6.1	Uji Normalitas	51
4.6.2	Uji Asumsi Multikolinieritas	53
4.6.3	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	53
4.7	Analisis Linier Berganda	54
4.8	Uji Hipotesis	56
4.8.1	Uji F	56

4.8.2	Uji T	56
4.9	Koefisien Determinasi	58
4.10	Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.10.1	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	59
4.10.2	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		61
5.1	Simpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pengguna <i>Smartphone</i> Berdasarkan Provinsi.....	3
Tabel 1. 2	Pra Kuesioner Loyalitas Pelanggan.....	4
Tabel 1.3	Pra Survey <i>Experiential Markating</i>	5
Tabel 1. 4	Pra Survey Kepuasan Pelanggan.....	6
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	44
Tabel 4.4.2	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	45
Tabel 4.4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	45
Tabel 4.4 4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	46
Tabel 4.5 1	Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	47
Tabel 4.5 2	Jawaban responden <i>experiential marketing</i>	48
Tabel 4.5 3	Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan	50
Tabel 4.6. 1	Uji Normalitas	52
Tabel 4.6. 2	Uji Asumsi Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.6. 3	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.7 1	Hasil Analisis Linier Berganda	54
Tabel 4.7 2	Tabel Coefficients Analisis Linier Berganda	54
Tabel 4.8 1	Tabel Hasil Uji F (Simultan).....	56
Tabel 4.8 2	Uji T.....	57
Tabel 4.9 1	Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Grafik Pasar <i>Smartphone</i>	2
Gambar 2. 1	Formula Hipotesis	28
Gambar 4. 1	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	53

LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2	Pertanyaan Kuesioner.....	68
Lampiran 3	Jawaban Kuesioner.....	72
Lampiran 4	Hasil Validitas Dan Reabilitas Loyalitas Pelanggan.....	80
Lampiran 5	Hasil Validitas <i>Experiential Marketing</i>	83
Lampiran 6	Hasil Validasi Dan Reabilitas Kepuasan Pelanggan.....	86
Lampiran 7	Hasil Uji Normalitas.....	89
Lampiran 8	Hasil Output Regresi.....	89
Lampiran 9	Surat Keterangan Pembimbing.....	91
Lampiran 10	Kartu Bimbingan.....	92
Lampiran 11	Audiens Sempro.....	93
Lampiran 12	Uji Plagiarisme.....	95
Lampiran 13	Daftar Riwayat Hidup.....	96

Lampiran 12 Uji Plagiarisme

RIKA_-_PARAFRASE.docx

ORIGINALITY REPORT

22%	22%	15%	14%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	2%
2	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
4	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
6	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	1%
7	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Student Paper	1%

jurnal.univpgri-palembang.ac.id