

**PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WARUNG
APUNG RAHMAWATI LONTAR SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan oleh :

RIZKY IMRON PRASETIYO
NPM : 12420157

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RIZKY IMRON PRASETIYO
NPM : 12420157
Alamat : Banyu Urip Wetan V D No. 69 Surabaya
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul

**“PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI WARUNG APUNG RAHMAWATI LONTAR SURABAYA**

” adalah benar-benar karya sendiri dan bukan dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku

Demikian surat ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21-2-2018

Yang membuat pernyataan



(RIZKY IMRON PRASETIYO)

NPM : 12420157

SKRIPSI

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WARUNG APUNG RAHMAWATI LONTAR SURABAYA

Diajukan Oleh :

RIZKY IMRON PRASETIYO

NPM : 12420157

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



MATHEOUS TAMONSANG, SE. M.Si

Tanggal, 21-2-2018

KETUA PROGRAM STUDI



DR. SITI DJAMILAH, SE. M.Si

Tanggal, 21-2-2018

SKRIPSI

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WARUNG APUNG RAHMAWATI LONTAR SURABAYA

Diajukan Oleh :

RIZKY IMRON PRASETIYO
NPM : 12420157

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Matheous Tamonsang, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



Atty Erdiana, SE.M.Ak



Dijah Julindrastuti S.E., M.Ak

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi
Tanggal...21-2-2018.....**



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji saya panjatkan kepada Allah SWT yang melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis untuk menyelesaikan tugas skripsi ini yang berjudul « PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WARUNG APUNG RAHMAWATI LONTAR SURABAYA »

Penulisan skripsi ini selain mempunyai maksud dan tujuan untuk menerapkan sebagian ilmu pengetahuan yang penulis terima selama masa perkuliahan, juga untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Walaupun demikian penulis tetap berharap bahwa kelemahan dan kekurangan yang ada tidak mengurangi arti penulisan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih pada semua pihak atas bantuan dan kerjasamanya serta sumbangan tenaga dan pikiran dari awal penulisan hingga terselesainya skripsi ini, terutama kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr., SP. THT-KL (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karjadi, Ak, MM., CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi UWKS.
3. Ibu DR. Siti Djamilah, SE. M.Si. Sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UWKS.

4. Bapak Matheous Tamonsang, SE., M.Si. selaku pembimbing yang dengan ketelitian dalam memberikan arahan kepada penulis selama bimbingan skripsi ini .
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Untuk kedua orang tuaku yang dengan sabar dan tulus mendukung saya agar cepat menyelesaikan perkuliahan.
7. Untuk istri dan anak tercinta yang telah memberikan suportnya demi terselesaikannya skripsi ini.
8. Untuk saudara - saudaraku yang tercinta tak henti – hentinya mengingatkan dan menyemangati aku.
9. Semua sahabatku dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah turut memberikan bantuan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Namun dengan segala kekurangan yang ada, diharapkan agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian. Dan Akhir kata penulis menyampaikan salam
WABILLAH.....TAUFIK.....WALHIDAYAH.....
WASSALAMUALAIKUM WARAHMATULLAHWABARAKATUH.

Surabaya, Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
Bab I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
Bab II. TELAAH PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Experiential Marketing	8
2.1.2 Modul Strategi	11
2.1.3. Loyalitas Pelanggan	17
2.1.3.1. Tahap Pembentukan Loyalitas	18
2.1.3.2. Metode Pengukuran Loyalitas	21
2.1.4. Hubungan Experiential Marketing dengan Loyalitas Pelanggan	22
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Hipotesis dan Model Analisis	25

2.3.1. Hipotesis.....	25
2.3.2. Model Analisis.....	26
 Bab III. METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Pendekatan penelitian.....	27
3.2. Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1. Populasi.....	27
3.2.2. Sampel.....	27
3.3. Identifikasi Variabel.....	28
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.5. Jenis dan sumber data.....	31
3.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	31
3.7. Tehnik Analisis.....	32
 Bab IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Gambaran Umum	38
4.2. Hasil Penelitian	44
4.2.1. Deskripsi Hasil Penelitian	44
4.2.2. Pengujian Validitas.....	52
4.2.3. Pengujian Reliabilitas.....	53
4.2.4. Analisis Regresi	54
4.2.5. Pembuktian Hipotesis	56
4.2.5.1 Pembuktian Hipotesis I.....	56
4.2.5.2 Pembuktian Hipotesis II.....	57
4.2.5.3 Pembuktian Hipotesis III.....	62
4.2.5.4 Pembahasan.....	63
 Bab V. SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Simpulan	66
5.2. Saran	67
5.3. Keterbatasan	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL
HALAMAN

2.1. Penelitian Terdahulu.....	24
4.1. Usia Responden.....	44
4.2. Pendidikan Terakhir Responden.....	45
4.3. Frekuensi & Rata-Rata Jawaban Responden Tentang Variabel X ₁	46
4.4. Frekuensi & Rata-Rata Jawaban Responden Tentang Variabel X ₂	47
4.5. Frekuensi & Rata-Rata Jawaban Responden Tentang Variabel X ₃	48
4.6. Frekuensi & Rata-Rata Jawaban Responden Tentang Variabel X ₄	49
4.7. Frekuensi & Rata-Rata Jawaban Responden Tentang Variabel X ₅	50
4.8. Frekuensi & Rata-Rata Jawaban Responden Tentang Variabel Y.....	52
4.9. Hasil Uji Validitas Data.....	52
4.10. Hasil Uji Realibilitas.....	54
4.11. Koefisien Regresi Parsial.....	56
4.12. Nilai <i>Standardized Coefficients</i>	63

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

HALAMAN

2.2. Model Analisis.....	26
3.1. Kurva Distribusi F.....	35
3.2. Kurva Distribusi T	37
4.1. Kurva Distribusi F Pembuktian Hipotesis Pertama	57
4.2. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis (X1)	58
4.3. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis (X2)	59
4.4. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis (X3)	60
4.5. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis (X4)	61
4.6. Distribusi Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis (X2)	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Input SPSS

Lampiran 4 Output SPSS

Lampiran 5 Tabel F dan t

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Warung Apung Rahmawati Lontar Surabaya.

Pengambilan data sebagai bahan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan di Warung Apung Rahmawati Lontar Surabaya sebagai responden dan diolah dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan bantuan program *SPSS*.

Dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut :

1. Variabel kebiasaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sebagian besar pelanggan rata-rata berpendapat bahwa manajemen dan karyawan di Warung Apung Rahmawati Lontar Surabaya sangat memahami kebiasaan pelanggan.
2. Variabel Relasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sebagian besar pelanggan rata-rata berpendapat bahwa manajemen dan karyawan di Warung Apung Rahmawati Lontar Surabaya menjalin pertalian erat dengan sesama pelanggan

Variabel Panca indera (X1) berpengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa pelanggan tertarik untuk datang kembali ke warung Apung Rahmawati karena merasa sesuai dengan rasa masakan di