

**PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA SHOPEE  
(Studi pada Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta Pengguna  
Aplikasi Shopee)**

***THE EFFECT OF EXPERIENTAL MARKETING ON CUSTOMER  
SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY ON SHOPEE***

***(Study on Shopee Student Users in Special Region of Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Oleh:**

**AMELIA RETNO NURFITRIA**

**20160410202**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2020**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP**  
**KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA SHOPEE**  
**(Studi pada Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta Pengguna**  
**Aplikasi Shopee)**  
***THE EFFECT OF EXPERIENTAL MARKETING ON CUSTOMER***  
***SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY ON SHOPEE***  
***(Study on Shopee Student Users in Special Region of Yogyakarta)***



Diajukan Oleh:  
**AMELIA RETNO NURFITRIA**

Telah disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing,



Dr. Susanto., M.S.

NIK 195212231980031003

Tanggal,

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Amelia Retno Nurfitri

Nomor Mahasiswa : 20160410202

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA SHOPEE (Studi pada Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta Pengguna Aplikasi Shopee)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta,

Amelia Retno Nurfitri

## **MOTTO**

“Kita tidak butuh semua orang untuk mencintai diri kita. Karena kita punya segala kekurangan dan kesalahan.”

*“We should give someone words of encouragement, comfort and love, show them kindness, lend them a helping hand, and give them someone they can count on”*

Dwi Handayani Syah Putri

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, maka skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Keluarga dari penulis, yaitu Ayahanda Nurdiyanto, Ibunda Rupi Retno, kakak-kakak penulis yaitu Nisrina dan Margina. Beserta seluruh keluarga besar penulis, terima kasih untuk segala do'a, dukungan, dan motivasi yang selalu diberikan kepada penulis.
2. Almamater tercinta, terima kasih telah memberikan tempat kepada penulis untuk menimba ilmu begitu banyak dan bermanfaat untuk penulis.

5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis topic ini.

Yogyakarta,

Amelia Retno Nurfitria

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>8</b>
1. Manfaat Praktis.....	8
2. Manfaat Teoritis.....	8
<b>BAB II.....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<b>A. Landasan Teori.....</b>	<b>10</b>
1. Pengertian <i>Experiential Marketing</i> .....	10
2. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	11
3. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	12
<b>B. Telaah Hasil Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>14</b>
<b>C. Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>19</b>
<b>D. Model Penelitian.....</b>	<b>23</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>24</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>

<b>A. Objek dan Subjek Penelitian</b> .....	<b>24</b>
<b>B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	<b>24</b>
<b>C. Jenis Data</b> .....	<b>27</b>
<b>D. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>28</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel Penelitian</b> .....	<b>29</b>
1. Variabel Penelitian .....	29
2. Definisi Operasional .....	29
<b>F. Uji Kualitas Instrumen</b> .....	<b>32</b>
1. Uji Validitas.....	32
2. Uji Reliabilitas .....	33
<b>G. Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis</b> .....	<b>34</b>
1. Analisis Deskriptif .....	34
2. Pengujian Evaluasi Asumsi SEM .....	34
3. Langkah-langkah Penggunaan SEM .....	36
4. Pengujian Hipotesis.....	40
<b>BAB IV</b> .....	<b>42</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
<b>A. Gambaran Umum dan Subjek Penelitian</b> .....	<b>42</b>
1. Objek Penelitian.....	42
2. Subjek Penelitian .....	45
<b>B. Uji Kualitas dan Instrumen Data</b> .....	<b>48</b>
<b>C. Statistik Deskriptif Variabel</b> .....	<b>53</b>
<b>D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)</b> .....	<b>56</b>
1. Analisa data Structural Equation Model (SEM) .....	56
2. Uji Hipotesis .....	66
<b>E. Pembahasan (Interpretasi)</b> .....	<b>69</b>
<b>BAB V</b> .....	<b>75</b>
<b>SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN</b> .....	<b>75</b>
<b>A. Simpulan</b> .....	<b>75</b>
<b>B. Keterbatasan</b> .....	<b>76</b>
<b>C. Saran</b> .....	<b>76</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>78</b>
<b>Lampiran 1.</b> .....	<b>82</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Hasil Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian .....	29
Tabel 3.2 Indeks Pengujian Ketepatan SEM.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas .....	47
Tabel 4.3 Hasil CFA Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	49
Tabel 4.4 Hasil CFA Setelah Eliminasi .....	50
Tabel 4.5 Hasil CFA Variabel Kepuasan Pelanggan.....	51
Tabel 4.6 Hasil CFA Variabel Loyalitas Pelanggan.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	54
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan .....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data.....	60
Tabel 4.12 Hasil uji <i>Outlier</i> .....	61
Tabel 4.13 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i> .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Outlier</i> Setelah Eliminasi.....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4.16 Hasil <i>Degrees Of Freedom</i> .....	64
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit</i> .....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis .....	67
Tabel 4.19 Hasil <i>Output Standardized Direct Effect</i> .....	69
Tabel 4.20 Hasil <i>Output Standardized Indirect Effect</i> .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	23
Gambar 4.1 Diagram Jalur.....	57
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden.....	86
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	91
Lampiran 4 Uji Validitas.....	93
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	94
Lampiran 6 Uji Statistik Deskriptif.....	95
Lampiran 7 Model Penelitian.....	97
Lampiran 8 Model Uji Normalitas Data.....	98
Lampiran 9 Uji Outlier.....	99
Lampiran 10 Uji Multikolinieritas.....	107
Lampiran 11 Degree of Freedom.....	108
Lampiran 12 Goodness of Fit.....	109
Lampiran 13 Modifikasi Model.....	111
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis.....	116