

**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ULANG
(SURVEI PADA KONSUMEN PRODUK TAS ANYAMAN JALI JALI DI
CAHAYA HAFIDZA & BROTHER'S PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Reza Zelvira Dian Agustina

NIM : 17414623

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI ULANG
(SURVEI PADA KONSUMEN PRODUK TAS ANYAMAN JALI JALI DI
CAHAYA HAFIDZA & BROTHER'S PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi dan melengkapi sebagian syarat-syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Reza Zelvira Dian Agustina

NIM : 17414623

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli
(Survei Pada Konsumen Produk Tas Anyaman Jali-jali
di Cahaya Hafidza & Brother'S Ponorogo)

Nama : Reza Zelvira Dian Agustina

NIM : 17414263

Tempat, Tanggal Lahir : Ngawi, 23 Agustus 1999

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 28 Juli 2022

Pembimbing I



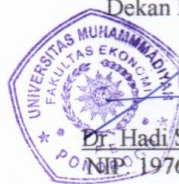
Naning kristiyana, SE.,MM
NIDN. 0721117501

Pembimbing II



Premi Wahyu W. S.A.B.M.AB
NIDN.0711128403

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.si
NIP. 19760508 200501 1 002

Ketua



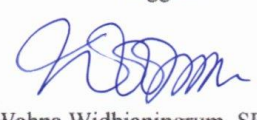
(Naning Kristiyana, SE.,MM)
NIDN. 0721117501

Dosen Penguji
Sekertaris



(Adi Santoso, SE., MM)
NIDN. 0727118803

Anggota



(Wahna Widhianingrum, SP., MM)
NIDN. 0707118602

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Experiential Marketing terhadap minat beli ulang pada pelanggan Tas Anyaman Jali-jali di Cahaya Hafidza & Brother's Ponorogo. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Cahaya Hafidza & Brother's Ponorogo Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Batasan sampel berjumlah 100 dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Experiential Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Konsumen pelanggan tas anyaman jali-jali di Cahaya Hafidza & Brother's Ponorogo, dalam variabel sense, feel, think, act, dan relate berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Experiential Marketing, Minat Beli Ulang

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin segala Puji Allah yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat anugerah yang tak terhingga. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Survey Pada Pelanggan Produk Tas Anyaman Jali Jali Di Cahaya Hafidza & Brother’s Ponorogo” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 pada Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

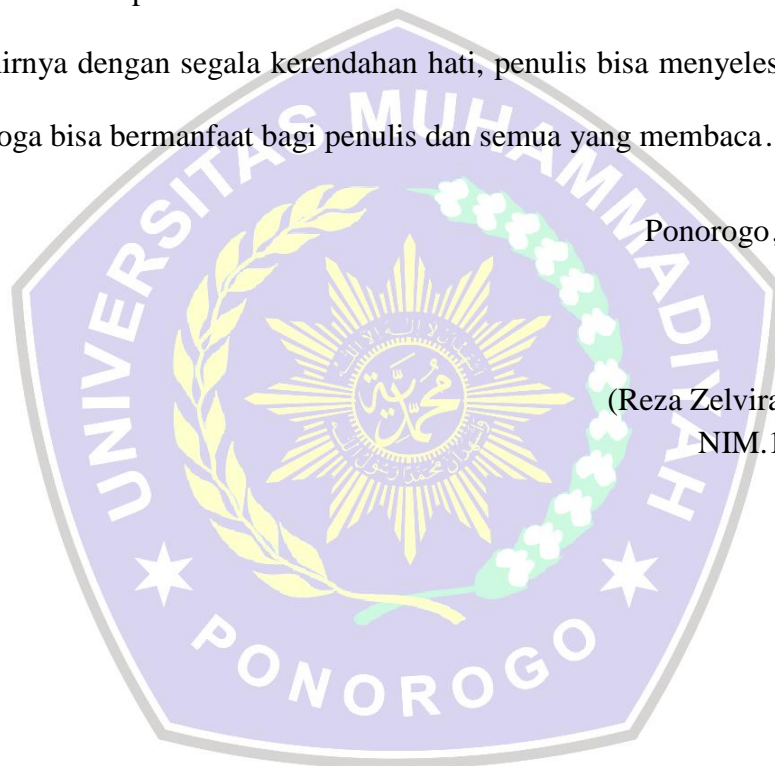
1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus dosen pembimbing 1.
4. Ibu Premi Wahyu W, S.A.B,M.AB selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dan saran sehingga dalam penelitian skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Dwi Warni, MM selaku Dosen Wali.

6. Untuk kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat dan doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
7. Bapak Kuntarno dan Ibu Murtini selaku Pimpinan Cahaya Hafidza & Brother's yang telah memberikan izin penelitian di Cahaya Hafidza & Brother's dan membantu peneliti mengumpulkan data sebagai bahan penyusunan skripsi.
8. Seluruh rekan-rekan Manajemen atas dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dan semoga bisa bermanfaat bagi penulis dan semua yang membaca.

Ponorogo, 28 Juli 2022

(Reza Zelvira Dian Agustina)
NIM.17414623



HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur *Alhamdulillah* kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam penyelesaian tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadaMu ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang yang baik disekeliling saya. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Darmadi dan Ibu Anik Masroka, yang telah membimbing dan membesarkan serta memberikan semangat kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kepada semua sahabat Manajemen F dan seluruh Teman-teman kampus tercinta, tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi biasa saja.

Tak lupa kupersembahkan kepada kalian yang selalu bertanya: Kapan Skripsimu selesai? Lulus tidak tepat waktu bukan sebuah kejahatan serta bukan juga Aib. Alangkah kerdilnya jika sebuah kesuksesan atau kepintaran hanya diukur dari "siapa yang cepat lulusnya", bukankah sebaik-baik skripsi adalah skripsi yang selesai?

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang saya tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 28 Juli 2022



Reza Zelvira Dian Agustina
NIM. 17414623

MOTTO

Maka bersabarlah. Sesungguhnya, janji Allah itu benar.

(Q.S Ghafir: 55)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN.....	vii
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Marketing Mix	10
3. Perilaku Konsumen	14
4. Experiential Marketing.....	17
5. Minat Beli Ulang	23
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Konseptual Penelitian.....	32
D. Hipotesis.....	33

BAB III.....	36
METODE PENELITIAN.....	36
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	36
B. Populasi dan Sampel.....	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel.....	36
C. Metode Pengambilan Data.....	38
1. Data Primer.....	38
2. Data Sekunder.....	38
3. Skala Pengukuran.....	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Definisi Operasional Variabel.....	40
F. Metode Analisis Data.....	43
1. Uji Instrumen Data.....	44
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3. Koefisien Determinasi.....	48
4. Uji Signifikan Simultan Parameter Individual (Uji T).....	48
5. Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji F).....	49
BABIV.....	51
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	51
B. Karakteristik Responden.....	52
C. Penyajian Deskripsi Variabel Penelitian.....	54
D. Uji Instrumental.....	64
E. Pengujian Asumsi Klasik.....	67
F. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
G. Koefisien Determinasi.....	75
H. Uji Hipotesis.....	76
I. Pembahasan.....	81
BAB V.....	85

PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88



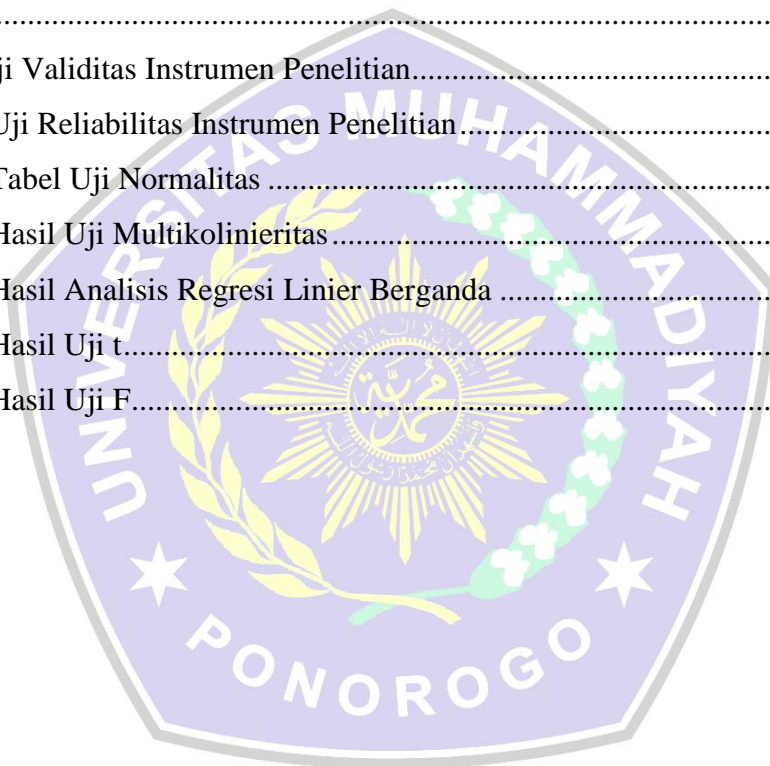
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden	96
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	102
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	108
Lampiran 5 Hasil Regresi	109
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	111



DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Profil Responden	52
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel Sense (X1) ..	55
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel Feel (X2)	56
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel Think (X3)...	58
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel Act (X4)	60
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel Relate (X5) ..	61
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Variabel Minat Beli Ulang (Y)	63
Tabel 4.9 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	65
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	66
Tabel 4.11 Tabel Uji Normalitas	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Gambar 4.4 Grafik Uji Normalitas Data.....	70
Gambar 4.5 Grafik Uji Non-Heteroskedastisitas	72

