

**ANALISIS PENGARUH DIFFERENTIATION STRATEGY, PRICE DAN  
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CONSUMER LOYALTY  
DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Michello Grill Dimsum Kab. Ponorogo)**



**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 : Agnes Novitasari**

**NIM : 17414350**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2023**

**ANALISIS PENGARUH DIFFERENTIATION STRATEGY, PRICE DAN  
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CONSUMER LOYALTY  
DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Michello Grill Dimsum Kab. Ponorogo)**



**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Differentiation Strategy, Price Dan Experiential Marketing Terhadap Consumer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Michello Grill Dimsum di Kab. Ponorogo)

Nama : Agnes Novitasari

NIM : 17414350

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 19 Februari 1999

Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, 14 Februari 2023

Pembimbing I

**TITI RAPINI, SE., MM**

NIDN. 0005056301

Pembimbing II

**WLIJANTO, SE., MM**

NIDN. 0726048505

Mengetahui



**Dr. HADI SUMARSONO, M.Si**

NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Pengaji I

**Titi Rapini, SE., MM**

NIDN. 0005056301

Dosen Pengaji II

**La Ode Sugianto, S.Pd., MM**

NIDN. 0730068503

Dosen Pengaji III

**Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM**

NIDN. 0710048902



## RINGKASAN

*This study aims to determine the effect analysis of Differentiation Strategy, Price and Experiential Marketing on Consumer Loyalty with Customer Satisfaction as an intervening variable on Michello Grill Dimsum consumers in Kab. Ponorogo. The population in this study were Michello Grill Dimsum consumers. The sample in this study was 100 respondents with incidental sampling technique. The results of this study indicate that: (1) Differentiation Strategy has an effect on Consumer Loyalty (2) Price has an effect on Consumer Loyalty (3) Experiential Marketing has an effect on Consumer Loyalty (4) Customer Satisfaction is able to mediate the influence of the Differentiation Strategy variable on Consumer Loyalty (5) Customer Satisfaction is able to mediate the effect of the Price variable on Consumer Loyalty (6) Customer Satisfaction is able to mediate the effect of the Experiential Marketing variable on Consumer Loyalty (7) Customer Satisfaction has an effect on Consumer Loyalty.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh *Differentiation Strategy, Price* dan *Experiential Marketing* terhadap *Consumer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel intervening pada konsumen Michello Grill Dimsum di Kab. Ponorogo. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Michello Grill Dimsum. Sampel dalam penelitian ini 100 responden dengan teknik *incidental sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Differentiation Strategy* berpengaruh terhadap *Consumer Loyalty* (2) *Price* berpengaruh terhadap *Consumer Loyalty* (3) *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap *Consumer Loyalty* (4) *Customer Satisfaction* mampu memediasi pengaruh variabel *Differentiation Strategy* terhadap *Consumer Loyalty* (5) *Customer Satisfaction* mampu memediasi pengaruh

variabel *Price* terhadap *Consumer Loyalty* (6) *Customer Satisfaction* mampu memediasi pengaruh variabel *Experiential Marketing* terhadap *Consumer Loyalty* (7) *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Consumer Loyalty*.

Kata Kunci :*Differentiation Strategy, Price, Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Consumer Loyalty*



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi ALLAH SWT karena rahmat serta hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*ANALISIS PENGARUH DIFFERENTIATION STRATEGY, PRICE DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CONSUMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING* (Studi kasus pada konsumen Michello Grill Dimsum di Kab. Ponorogo)”, sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambata serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat bimbingan dan pantauan dari beberapa pihak, baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Program Pendidikan
4. Ibu Titi Rapini, SE., MM selaku pembimbing 1
5. Bapak Wijiyanto, SE., MM selaku pembimbing 2
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi
7. Seluruh keluarga
8. Seluruh rekan seperjuangan
9. Dan seluruh pihak yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu.

Penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik sengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna untuk mendorong penelitian selanjutnya.

Ponorogo, 14 Februari 2023

Penulis



Agnes Novitasari

## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya 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 dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 14 Februari 2023



Agnes Novitasari

NIM: 17414350

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Hipotesis.....	39
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN.....	45
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	45
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
C. Merode Pengambilan Data.....	47

D. Definisi Operasional Variabel.....	49
E. Metode Analisis Data.....	50
BAB IV.....	56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian.....	56
B. Uji Instrumen.....	66
C. Analisis Data.....	69
D. Uji Path.....	71
E. Uji Hipotesis.....	74
F. Pembahasan.....	82
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	97

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Kerangka Konseptual.....	39
Gambar 2 Kerangka Hasil Analisis Path.....	71
Gambar 3 Output Tes Sobel Variabel Differentiation Strategy.....	78
Gambar 4 Output Tes Sobel Variabel Price.....	79
Gambar 5 Output Tes Sobel Variabel Experiential Marketing.....	80



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 5 Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 6 Kriteria Deskripsi Variabel Penelitian.....	60
Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Differentiation Strategy.....	61
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Price.....	62
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Experiential Marketing.....	63
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Satisfaction.....	64
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Consumer Loyalty.....	65
Tabel 12 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 14 Hasil Koefisien Diferensiasi Model 1.....	70
Tabel 15 Hasil Koefisien Determinasi Model 2.....	70
Tabel 16 Nilai Koefisien Korelasi Antar Variabel.....	73
Tabel 17 Hasil Uji T Terhadap Consumer Loyalty.....	75
Tabel 18 Data Nilai Beta Dan Standart Eror.....	78
Tabel 19 Nilai Beta Dan Standart Eror.....	78
Tabel 20 ResUME Nilai Koefisien.....	79
Tabel 21 ResUME Nilai Koefisien.....	80
Tabel 22 ResUME Nilai Koefisien.....	81