

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, VARIAN PRODUK,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN**

(Studi Pada Pembeli Produk NASA Di Stockis Ad.1405 Bulukerto)



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 : Siti Umayyah

NIM : 17414425

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, VARIAN PRODUK,
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS**

KONSUMEN

(Studi Pada Pembeli Produk NASA Di Stockis Ad.1405 Bulukerto)



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 : Siti Umaiyyah

NIM : 17414425

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Experiential Marketing*, Varian Produk dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pembeli Produk NASA Di Stockis Ad.1405 Bulukerto)

Nama : Siti Umayyah

NIM : 17414425

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 11 Maret 1999

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna
Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 02 Agustus 2021

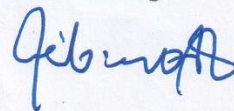
Pembimbing I



Titi Rapini, S.E., MM.

NIDN. 0005056301

Pembimbing II

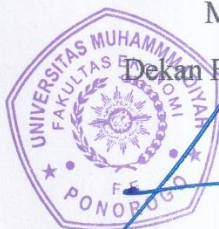


Siti Chamidah SE., M.Si

NIDN. 0019057101

Mengetahui

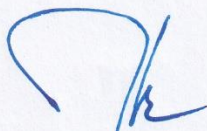
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si

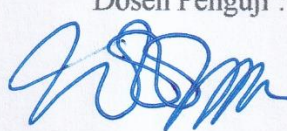
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji :



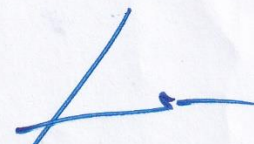
Titi Rapini, SE., MM.

NIDN.0005056301



Wahna Widhianingrum, SP., MM.

NIDN.0707118602



Dr. Hadi Sumarsono, M.Si

NIDN. 0008057601

**Pengaruh *Experiential Marketing*, Varian Produk dan Kualitas Produk Terhadap
Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pembeli Produk NASA Di Stockis Ad.1405
Bulukerto)**

Siti Umayyah

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing*, varian produk dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada pembeli produk NASA. Metode yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Data dari penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada responden. Analisis menggunakan *software* SPSS 24. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen produk NASA yang pernah melakukan pembelian pada stockis Bulukerto secara online, offline maupun melalui *market place* yang berada di Dusun Guli RT/RW 02/01 Desa Payaman Bulukerto. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) *experiential marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, 2) varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, 3) kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, 4) *experiential marketing*, varian produk, dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Melalui perhitungan menggunakan SPSS 24.00 diperoleh nilai signifikan variabel *experiential marketing* sebesar $0.021 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2.354 > 1.985$, nilai signifikan varian produk sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3.421 > 1.985$, serta nilai signifikan kualitas produk sebesar $0.016 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $2.455 > 1.985$. Maka semua variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Varian Produk, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah memberikan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya dan dengan baik dengan judul “ *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, VARIAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Pada Pembeli Produk NASA Di Stockis Ad.1405 Bulukerto)*, sebagai syarat menyelesaikan program sarjana (S1), pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, nabi akhir zaman, yang telah membimbing umatnya menuju jalan kebenaran.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih atas bantuan, bimbingan, dukungan, semangat serta do'a baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini, kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Dr. Hadi Sumarsono, SE.,MM, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Naning Kristiyana, SE.MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Titi Rapini, SE.,MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran serta pengarahan kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
5. Siti Chamidah, SE.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran serta pengarahan kepada penulis selama proses penulisan skripsi.

6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan ilmu pendidikannya kepada penulis dalam menempuh pendidikan.

Penulis mohon maaf apabila ada kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan guna untuk mendorong penelitian selanjutnya.

Ponorogo, 04 Maret 2021



PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan tidak 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 yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 02 Agustus 2021



Siti Umaiya

NIM. 17414425

MOTTO

Tujuan pendidikan itu untuk mempertajam kecerdasan, memperkukuh kemauan serta
memperhalus perasaan

- Tan Malaka -



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang tak terhitung nikmat dan ridho-Nya senantiasa memberikan saya kekuatan dan jalan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua dan keluarga besar saya yang saya cintai dengan ikhlas memberikan dukungan penuh kasih sayang selalu mencurahkan perhatian cinta, bimbingan, nasehat, serta dukungan moril maupun materil serta do'a tiada henti kepada penulis.
3. Partner hidup yang selalu memberikan semangat, dukungan dan tidak pernah ada kata bosan memberikan motivasi dan selalu mendengarkan cerita saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik
4. Sahabat- sahabat tercinta Sheilla Novendra, Rafita D, Siti Munawaroh, Meta Analia A, Hanada Setia H, serta seluruh rekan seperjuangan angkatan 2017 khususnya Manajemen C yang selalu saling membantu
5. Diriku, yang telah kuat dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik setelah melalui berbagai rintangan.
6. Seluruh pihak yang telah berperan membantu support dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Motto	vii
Persembahan	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pemasaran.....	9
2. Manajemen Pemasaran.....	10
3. Strategi Pemasaran.....	12
4. Bauran Pemasaran.....	13
5. Perilaku Konsumen	16
6. Loyalitas Konsumen.....	21
7. <i>Evperiential Marketing</i>	27
8. Varian Produk.....	31
9. Kualitas Produk.....	33
B. Peneliti Terdahulu.....	36
C. Kerangka Berpikir	40
D. Hipotesis.....	41

BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
B. Populasi dan Sampel.....	44
1. Populasi	44
2. Sampel	45
C. Metode Pengambilan Data	46
1. Data Primer	46
2. Data Sekunder	48
D. Definisi Operasional Variabel.....	48
1. <i>Experiential Marketing</i>	48
2. Varian Produk.....	49
3. Kualitas Produk.....	49
4. Loyalitas Konsumen.....	50
E. Metode Analisis Data.....	50
1. Uji Instrumen	50
2. Uji Asumsi Klasik.....	52
3. Alat Analisis Data	54
4. Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Hasil Penelitian.....	58
1. Gambaran Objek Penelitian.....	58
2. Visi dan Misi Perusahaan	58
3. Karakteristik Responden	59
4. Deskripsi Variabel Penelitian	62
5. Rekapitulasi Tanggapan Responden	63
6. Uji Instrumen	68
7. Uji Asumsi Klasik	72
8. Alat Analisis Data	77
9. Uji Hipotesis	80
B. Pembahasan.....	85
1. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Konsumen	85
2. Pengaruh Varian Produk terhadap Loyalitas Konsumen.....	86

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
Daftar Pustaka	92
Lampiran.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Model Perilaku Konsumen.....	21
Tabel 2 Peneliti Terdahulu.....	36
Tabel 3 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 5 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	61
Tabel 6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel <i>Experiential Marketing</i>	63
Tabel 7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Varian Produk.....	64
Tabel 8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk.....	66
Tabel 9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Konsumen.....	67
Tabel 10 Hasil Uji Validitas <i>Experiential Marketing</i> (X1).....	69
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Varian Produk (X2).....	70
Tabel 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	70
Tabel 13 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y).....	71
Tabel 14 Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 15 Uji Normalitas.....	73
Tabel 16 Uji Heterokedatisitas.....	74
Tabel 17 Uji Multikolonieritas.....	75
Tabel 18 Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 19 Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 20 Koefisien Determinasi.....	79
Tabel 21 Uji T (Parsial).....	80
Tabel 22 Uji F (Simultan).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berfikir	40
Gambar 2 Kurva uji T Experiential Marketing	82
Gambar 3 Kurva uji T Varian Produk	82
Gambar 4 Kurva uji T Kualitas Produk	83
Gambar 5 Kurva uji F (Simultan)	85

