

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KUALITAS  
PELAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA PELANGGAN  
GOODBOY *BARBERSHOP* PONOROGO)**



**Nama : Catur Prasetyawan**  
**NIM : 17414608**  
**Program Studi : Manajemen**

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

**2021**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KUALITAS  
PELAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA PELANGGAN  
GOODBOY *BARBERSHOP* 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 : Catur Prasetyawan  
NIM : 17414608  
Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Experiential Marketing*, Kualitas Pelayanan,  
Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen  
(Survei Pada Pelanggan GoodBoy Barbershop  
Ponorogo)

Nama : Catur Prasetyawan

NIM : 17414608

Tempat, Tanggal lahir : Ponorogo, 12 Januari 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, 3 Agustus 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si  
NIDN. 0008057601

Premi Wahyu Widyaningrum. S.AB.,M.AB  
NIDN. 0711128403

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi



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

Dosen Penguji :

Ketua

Sekretaris

Anggota

(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si)  
NIDN. 0008057601

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

(Fery Setiawan, SE., MM)  
NIDN. 0720128904

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh experiential marketing, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada pelanggan GoodBoy *Barbershop* Ponorogo. Populasi penelitian ini adalah pelanggan GoodBoy *Barbershop* Ponorogo. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Batasan sampel berjumlah 110 dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) Experiential Marketing berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dari nilai T-hitung 3,266 dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ , dan koefisien regresi sebesar 0,255 ; 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dari nilai T-hitung 2,099 dengan signifikansi  $0,038 < 0,05$ , dan koefisien regresi sebesar 0,057; 3) Nilai Pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dari nilai T-hitung 3,360 dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ , dan koefisien regresi sebesar 0,356; 4) Experiential Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil F-hitung sebesar 46,175 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$

**Kata kunci : *Experiential Marketing*, Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Konsumen**

## KATA PENGANTAR

Rasa syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmattaufik, serta hidayahNya sehingga dapat terselesaikan skripsi ini yang dengan judul “PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA PELANGGAN GOODBOY *BARBERSHOP* PONOROGO)” sebagai salah satu syarat akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada skripsi ini dijabarkan mengenai variabel *Experiential Marketing* (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Nilai Pelanggan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sehingga nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk peningkatan Kepuasan Konsumen pada GoodBoy *Barbershop* Ponorogo.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penelitian mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberi bantuan, koreksi, dan petunjuk serta saran skripsi dapat terselesaikan.
2. Ibu Premi Wahyu Widyaningrum. S.AB.,M.AB. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dan koreksi serta saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan

3. Kedua orang tua Bapak Miswan (Alm) dan Ibu Winarti, yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Sangat besar harapan untuk membanggakan serta membahagiakan beliau
4. Ibu Melinda pemilik *GoodBoy Barbershop* Ponorogo yang memberikan izin penelitian untuk menyusun skripsi ini.
5. Seluruh rekan SI Manajemen 2017 yang saling membantu dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga hasil skripsi ini berguna untuk peneliti maupun untuk pihak yang memanfaatkannya.



Ponorogo, 3 Agustus 2021

(Catur Prasetyawan)  
NIM. 17414608

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucap Bismillah, aku persembahkan skripsi ini kepada :

- ❖ (Alm) Bapak dan Ibu yang telah membesarkan dan mencurahkan kasih sayangnya padaku.
- ❖ Saudara-saudara tercinta yang selalu memberi motivasi dalam pembuatan skripsi ini.
- ❖ Untuk Hasan Nursukma, Bima Triwibawa Sakti, Adi Prabowo, Qoris Andi Wicaksono, Ari Wahrudy, dan Mohammad Ibnu Ardyansyah terimakasih kalian sudah membantu dan memotivasi dalam pembuatan skripsi.
- ❖ Atrik Dyah Ayu Pramesti teman dekat saya yang banyak memberikan waktu serta bantuan dengan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi.
- ❖ Keluarga besar Manajemen B Angkatan 2017.



## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

### **KODE ETIK PENULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah 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 disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan 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.

Ponorogo, 3 Agustus 2021



Catur Prasetyawan  
NIM. 17414608



## MOTTO

“Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok.

Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti melangkah”



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
RINGKASAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN.....	viii
MOTTO.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Penelitian Terdahulu .....	40
C. Kerangka Pemikiran .....	42
D. Hipotesis .....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	47
B. Populasi dan Sampel .....	47
C. Metode Pengambilan Data.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data .....	49
E. Definisi Operasional Variabel .....	51
F. Metode Analisis Data .....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	63
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	63
B. Karakteristik Responden .....	63
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	67
D. Uji Instrumen .....	78

E. Uji Asumsi Klasik .....	80
F. Alat Analisa Data.....	83
G. Uji Hipotesis .....	86
H. Pembahasan .....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	105



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pelanggan 4 Bulan Terakhir .....	8
Tabel 2. Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3. Skala Likert .....	50
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....	66
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Treatment</i> Yang Dilakukan .....	66
Tabel 9. Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Experiential Marketing</i> ( $X_1$ ) ....	68
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	70
Tabel 11. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Nilai Pelanggan ( $X_3$ ) .....	74
Tabel 12. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	76
Tabel 13. Hasil Uji Validitas .....	78
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas .....	80
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas .....	81
Tabel 16. Hasil Uji Multikolinearitas .....	82
Tabel 17. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	82
Tabel 18. Hasil Uji Analisis Linier Berganda .....	83
Tabel 19. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	85
Tabel 20. Hasil Uji T (Parsial) .....	86
Tabel 21. Hasil Uji F (Simultan) .....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Peneliti .....	42
Gambar 2. Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_{01}$ .....	87
Gambar 3. Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_{02}$ .....	88
Gambar 4. Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_{03}$ .....	89
Gambar 5. Kurva Uji F (Simultan) .....	90



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 2. Data Tabulasi Kuesioner Penelitian .....	110
Lampiran 3. Output SPSS Uji Validitas .....	119
Lampiran 4. Outpout SPSS Uji Reliabilitas .....	125
Lampiran 5. Output SPSS Hasil Regresi .....	126
Lampiran 6. Output SPSS Uji Asumsi Klasik .....	127
Lampiran 7. Tabel T, R, dan F.....	129
Lampiran 8. Dokumentasi .....	138

