

**PENGARUH *EXPERIENTAL* MARKETING, *PERCEIVED VALUE*
& EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG
MOTOR YAMAHA (SURVEI PADA PELANGGAN DEALER
MATARAM SAKTI PONOROGO)**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Ihza Rahmad Madani Ramadhani
N I M : 18414870
Progam Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

**PENGARUH *EXPERIENTAL* MARKETING, *PERCEIVED VALUE*
& EKUITAS MEREK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG
MOTOR YAMAHA (SURVEI PADA PELANGGAN DEALER
MATARAM SAKTI PONOROGO)**



SKRIPSI

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

Nama : Ihza Rahmad Madani Ramadhani
N I M : 18414870
Progam Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Experiential Marketing*, *Percieved Value* &
Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang
Motor Yamaha (Survei Pada Pelanggan Dealer
Mataram Sakti Ponorogo)

Nama : Ihza Rahmad Madani Ramadhani

N I M : 18414870

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 23 Desember 1999

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna
memperloeh Gelar Sarjana Program Srtrata Satu (S-1) Pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Ponorogo, 15 Juli 2022

Pembimbing I



Naning Kristiyana, SE., MM
NIDN. 0721117501

Pembimbing II



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

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



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

Dosen Penguji



Naning Kristiyana, SE., MM
NIDN. 0721117501



Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

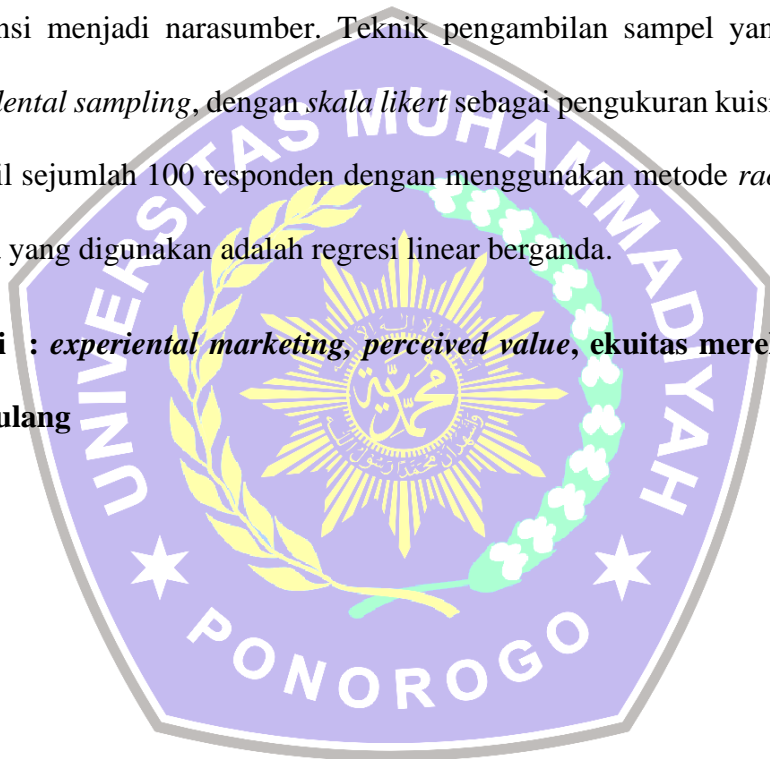


Sri Hartono, SE., MM
NIDN. 0730127002

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing*, *perceived value* dan ekuitas merek terhadap minat pembelian ulang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo. Sedangkan pemilihan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo yang secara tidak sengaja peneliti temui dan dinilai berkompentensi menjadi narasumber. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, dengan *skala likert* sebagai pengukuran kuisisioner, sampel yang diambil sejumlah 100 responden dengan menggunakan metode *rao purba*. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Kata Kunci : *experiential marketing*, *perceived value*, ekuitas merek dan minat pembelian ulang



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan rahmat, nikmat, hidayah serta karunia-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Experiential Marketing, Perceived Value & Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang Motor Yamaha (Survei Pada Pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo)*”** dapat terselesaikan guna memenuhi salah satu syarat akademis, dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari arahan, bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM Selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus dosen pembimbing I, terimakasih banyak atas bimbingan serta arahannya selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Premi Wahyu Widyaningrum, S.AB., M.AB selaku dosen pembimbing II, terimakasih banyak atas bimbingan serta arahannya selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orang tua saya Ibu Heren Setiyati (Almh), Bapak Suwadi, SH., M.H, Kakak Galih Kartiko S.N., S.Kom, Hasni Misdwiyanti S.Kom, dan Dek Rodita Bella R.

terimakasih banyak atas do'a, dukungan dan kasih sayang yang tiada hentinya untuk keberhasilan saya dalam studi, karir dan kehidupan.

5. Bapak Krisna selaku kepala kantor Dealer Mataram Sakti Ponorogo yang telah berkenan mengizinkan peneliti untuk melaksanakan penelitian di Dealer Mataram Sakti Ponorogo, keluarga besar serta pelanggan Dealer Mataram Sakti Ponorogo terimakasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan.

Semoga hasil dari penelitian dan skripsi ini dapat membawa kontribusi dan kebaikan kepada peneliti pribadi, pihak-pihak terkait dan masyarakat luas.

Ponorogo, 15 Juli 2022

Penulis



Ihza Rahmad Madani Ramadhani
NIM 18414870

PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK

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, 15 Juli 2022



Ihza Rahmad M. R.
NIM. 18414870

MOTTO

“Wherever you are, and whatever you do, be in love”

-Rumi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG KODE ETIK.....	vii
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan & Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
2. Bauran Pemasaran	11
3. <i>Experiental Marketing</i>	12
4. <i>Perceived Value</i>	15
5. Ekuitas Merek	18
6. Perilaku Konsumen	20
7. Minat Pembelian Ulang.....	21

B. Penelitian terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Ruang Lingkup Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel.....	31
C. Metode Pengambilan Data	33
D. Teknik Pengambilan Data	34
E. Definisi Operasional Variabel	35
F. Metode Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian.....	46
B. Karakteristik Responden.....	49
C. Deskripsi Jawaban Respondne.....	55
D. Uji Instrumen	64
E. Uji Asumsi Klasik.....	67
F. Alat Analisis Data.....	71
G. Uji Hipotesis	74
H. Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2 Daftar Motor Yamaha Terbaru 2022	48
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	53
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan.....	53
Tabel 9 Tanggapan Responden.....	55
Tabel 10 Tanggapan Responden.....	58
Tabel 11 Tanggapan Responden.....	59
Tabel 12 Tanggapan Responden.....	63
Tabel 13 Hasil Uji Validitas	66
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 15 Uji Normalitas	68
Tabel 16 Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 17 Uji Heterokedastisitas.....	72
Tabel 18 Hasil Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 19 Hasil Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 20 Hasil Uji T.....	76
Tabel 21 Hasil Uji F.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Penjualan Sepeda Motor.....	2
Gambar 2 Market Share Sepeda Motor 2019	3
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4 Logo Yamaha.....	47
Gambar 5 Uji Normalitas.....	69
Gambar 6 Daerah penerimaan dan penolakan H01	77
Gambar 7 Daerah penerimaan dan penolakan H02	78
Gambar 8 Daerah penerimaan dan penolakan H03	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	91
Lampiran 2 Tabulasi Data Tanggapan Responden	96
Lampiran 3 Uji Validitas	101
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	105
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	107
Lampiran 6 Uji Multikolonearitas	109
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas	109
Lampiran 8 Regresi Linier Berganda.....	110
Lampiran 9 Koefisien Determinasi	110
Lampiran 10 Uji-T	111
Lampiran 11 Uji-F	111
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian.....	112
Lampiran 13 Berita Acara.....	114
Lampiran 14 Surat Keputusan Unggahan Karya Ilmiah.....	116

