

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *PRICE* DAN  
*SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*  
PADA PELANGGAN *UP BARBERSHOP* MAGETAN**



Nama : Wahid Febryan Zakaria

NIM : 18414820

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *PRICE* DAN  
*SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*  
PADA PELANGGAN *UP BARBERSHOP* MAGETAN**



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 : Wahid Febryan Zakaria

NIM : 18414820

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul : Pengaruh *Experiential Marketing*, *Price* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan *Up Barbershop* Magetan  
Nama : Wahid Febryan Zakaria  
NIM : 18414820  
Tempat, Tanggal Lahir : Magetan, 2 Februari 2000  
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

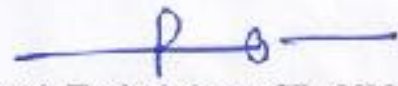
Ponorogo, 03 Agustus 2022

Pembimbing I



Titi Rapini, SE., MM  
NIDN. 0005056301

Pembimbing II



Tegoeh Hari Abrianto, SE., MM  
NIDN. 0705106702

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



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

Dosen Penguji :



Titi Rapini, SE., MM  
NIDN. 0005056301



Sri Hartono, SE., MM  
NIDN. 0730127102



Naning Kristiyana, SE., MM  
NIDN. 0721117501

**Pengaruh *Experiential Marketing*, *Price* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pelanggan *Up Barbershop* Magetan**

Wahid Febryan Zakaria

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**RINGKASAN**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing*, *price*, dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan *Up Barbershop* Magetan. Penentuan sampel yang di gunakan yaitu dengan pengambilan 10% dari populasi jumlah pelanggan pada tahun 2021 pada *Up Barbershop*. Pengambilan data pada penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada seluruh responden. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh positif *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction*, (2) Terdapat Pengaruh positif *price* terhadap *customer satisfaction*, (3) Terdapat pengaruh positif *service quality* terhadap *customer satisfaction*, (4) Terdapat pengaruh secara simultan *experiential marketing*, *price* dan *service quality* terhadap *customer satisfaction*.

**Kata kunci:** *Experiential Marketing*, *Price*, *Service Quality* dan *Customer Satisfaction*.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Price* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* pada Pelanggan *Up Barbershop* Magetan”.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni Islam.

Besar harapan penulis dalam menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu dan memberikan arahan kepada peneliti dalam menyusun skripsi.
3. Tegoeh Hari Abrianto, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan tulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua.

Ponorogo, 03 Agustus 2022

Wahid Febryan Zakaria

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

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 di suatu 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, 03 Agustus 2022



Wahid Febryan Zakaria  
NIM. 18414820



## MOTTO

**“Bukanlah suatu aib jika anda gagal dalam usaha, yang merupakan aib adalah jika anda tidak berusaha untuk bangkit dari kegagalan itu”  
(Ali bin Abi Tholib r.a)**

**“Jika Kelpin dan Disworo bisa  
Kenapa saya tidak”  
(Wahid Febryan Zakaria)**



## PERSEMBAHAN

Dalam menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak- pihak yang telah membantu baik dari segi material, doa, motivasi, dan dukungan lainnya dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat kesehatan dan kekuatan.
2. Kedua orang tua, Bapak Agus Juhari dan Ibu Suparti yang selalu memberikan segala fasilitas dan mencukupi berbagai kebutuhan saya, terimakasih atas dukungan, do'a, motivasi, harapan dan biaya yang tidak sedikit. Pencapaian yang saya dapatkan tidak lepas dari peran kedua orang tua dan keluarga.
3. Diri sendiri, terimakasih sudah mampu berjuang sampai detik ini. Tetaplah semangat berjuang bersama sampai kebahagiaan dan kesuksesan itu tiba.
4. *Owner Up Barbershop*, saudara Imam dan *staff Up Barbershop* Magetan yang telah memfasilitasi saya selama melakukan penelitian di perusahaan.
5. Teman-teman yang “Sedang Berjuang”, terimakasih selalu ada, sangat bersyukur memiliki kalian.
6. *Crew Kontrakan Crigis* yang selalu memberikan support, saling membantu dalam berbagai kondisi baik dalam bentuk moral, material, dan doa.
7. Kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan besar harapan penulis laporan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai mana mestinya. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat kesehatan, keselamatan dan kebaikan kepada kita semua.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
RINGKASAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	8
1. Tujuan .....	8
2. Manfaat .....	8
BAB II .....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Landasan Teori .....	10
1. Pemasaran .....	10
2. Bauran Pemasaran .....	11
3. Perilaku Konsumen .....	14
4. Keputusan Pembelian .....	19
5. <i>Customer satisfaction</i> .....	20
5. <i>Experiential Marketing</i> .....	31
6. <i>Price</i> .....	41
7. <i>Service Quality</i> .....	45
B. Penelitian terdahulu .....	50

C. Kerangka Pemikiran.....	55
D. Hipotesis.....	56
BAB III .....	60
METODOLOGI PENELITIAN .....	60
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	60
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	60
1.Populasi.....	60
2.Sampel.....	61
C. Metode Pengambilan Data .....	62
D. Definisi Operasional Variabel.....	63
E. Metode Analisis Data.....	66
F. Alat Analisis Data .....	68
G. Uji Hipotesis .....	69
BAB IV .....	71
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	71
A. Hasil Penelitian .....	71
1.Sejarah Singkat Perusahaan .....	71
2.Strategi Pemasaran yang Diterapkan .....	71
3.Karakteristik Responden.....	72
4.Deskripsi Jawaban Responden.....	76
4.Uji instrumen.....	82
5.Uji Asumsi Klasik.....	84
6.Alat Analisis Data .....	87
7.Uji Hipotesis .....	90
B. Pembahasan.....	95
BAB V .....	100
KESIMPULAN DAN SARAN .....	100
A. Kesimpulan .....	100
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	102
LAMPIRAN.....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian terdahulu .....	50
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	74
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....	74
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Perawatan yang Dilakukan.....	75
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap variabel <i>Experiential Marketing</i> X(1)....	76
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap variabel Price (X2) .....	78
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap variabel Service Quality (X3) .....	79
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap variabel Customer Satisfaction (Y).....	80
Tabel 11. Hasil Uji Validitas. ....	83
Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 13. Hasil Uji Normalitas .....	85
Tabel 14. Hasil Uji Multikolinearitas .....	86
Tabel 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	87
Tabel 16. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	88
Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	90
Tabel 18. Hasil Uji t.....	91
Tabel 19. Hasil Uji f .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 2. Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0_1$ .....	91
Gambar 3. Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0_2$ .....	92
Gambar 4. Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0_3$ .....	93
Gambar 5. Kurva Uji f .....	94



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.Kuesioner Penelitian .....	108
Lampiran 2.Data jawaban Responden .....	112
Lampiran 3.Hasil Uji Validitas .....	125
Lampiran 4.Hasil Uji Reliabilitas .....	127
Lampiran 5.Hasil Uji Asumsi Klasik.....	129
Lampiran 6.Hasil Regresi .....	130

