

**PERANAN PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS
KONSUMEN PADA C.M JAYA HONDA SEMARANG TENGAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung
Jurusan Manajemen



Disusun Oleh :

NAMA : ANAS FAIZIN

NIM : 0421110152

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2016**

Halaman Persetujuan

Skripsi

Na m a : ANAS FAIZIN
N I M : 04.211.10152
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PERANAN PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS
KONSUMEN PADA C.M JAYA HONDA SEMARANG
TENGAH

Dosen Pembimbing : Prof. Hj. Tatiek Nurhayati SE, MM



Ketua Jurusan Manajemen

(Alifah Ratnawati, SE, MM)

Semarang, 16 September 2016
Mengetahui,

Dosen Pembimbing,

(Prof. Hj. Tatiek Nurhayati SE, MM)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan
Dewan Penguji Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Tanggal : 16 September 2016
Yang terdiri dari :

Dosen Pembimbing

Prof. Hj. Fatiek Nurhayati SE, MM

Anggota Tim Penguji Skripsi

1. Dr. H. Moch. Zulfa, MM

2. Siyaminah, SE, M.Si

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Alifah Ratnawati, SE, MM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama: Anas faizin

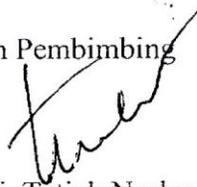
Nim : 0421110152

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “ **PERANAN PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA C.M JAYA HONDA SEMARANG TENGAH**” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 16 September 2016, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Dosen Pembimbing



Prof. Hj. Tatiek Nurhayati SE, MM

Semarang, 16 September 2016

Yang memberi pernyataan



Anas Faizin

ABSTRAK

Experiential marketing adalah untuk membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan. *Experiential marketing* dapat dihadirkan melalui unsur yaitu *feel, think, act, dan relate*. *Experiential Marketing* sangat bermanfaat untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Tujuan dalam penelitian ini adalah : untuk menganalisis pengaruh *feel, think, act, dan relate* terhadap kepuasan konsumen. Untuk menganalisis pengaruh *feel, think, act, relate* dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Honda di C.M Jaya Honda Semarang Tengah, adapun sampel yang di peroleh dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling adalah sebanyak 92 responden. Jenis data yang dipergunakan adalah data primer, dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah path analysis.

Hasil pengujian di peroleh hasil : *feel* berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Think* berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Act* berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Relate* berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan bukan merupakan variabel intervening di antara pengaruh *feel, think, act* dan *relate* terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Experiential Marketing, Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Komsumen

ABSTRAKSI

The purpose of this research are: to analyze the influence of feel, think, act, and relate to consumer satisfaction. To analyze the effect feel, think, act and relate and customer satisfaction on consumer loyalty.

The population in this study is consumers who buy a Honda motorcycle in Honda Semarang C.M Jaya Tengah, as for samples obtained by purposive sampling technique is as much as ninety two respondents. The type of data used is primary data, using the method of data collection questionnaire. The analysis tool used is path analysis.

The test results obtained results: feel positive effect on customer satisfaction and loyalty. Think positive effect on customer satisfaction and loyalty. Act positively affects customer satisfaction and loyalty. Relate positive effect on customer satisfaction and loyalty. Satisfaction positive effect on customer loyalty. Satisfaction is not an intervening variable between the influence of feel, think, act and relate to customer loyalty.

Keywords: Experiential Marketing, Customer Satisfaction and Loyalty Consumer

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu adalah berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(Qs. Al Baqoroh:45)

“ sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila telah selesai (urusan dunia) bersungguh- sungguhlah (dalam beribadah). Dan hanya kepada Tuhan-Mu lah ber harap”

(Qs. Al Insyirah: 6-8)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat hidayahNya, sehingga Skripsi tentang “ **PERANAN PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA C.M JAYA HONDA SEMARANG TENGAH**” dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun maksud dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh Skripsi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan Skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Olivia Fachrunnisa, SE, MSi, PHD., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Prof. Hj. Tatiek Nurhayati, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan penulis hingga Skripsi ini selesai.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan Skripsi ini.
4. Kedua orang tuaku yang telah memberikan support dan dorongan untuk menyelesaikan Skripsi ini.

5. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan Skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari akan kekurangsempurnaan penulisan Skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Semarang, 16 September 2016

Penulis,

Anas Faizin