

**PENGARUH *EXPERENTIAL MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA JASA TRANSPORTASI
BUS MEBIDANG DI KOTA MEDAN)**

PROPOSAL SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi syarat mengikuti Sidang Meja Hijau
Difakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara**

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA	: MHD. YECHO WIJAYA RAMADHAN
NPM	: 71160312118
PROGRAM PENDIDIKAN	: STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI	: MANAJEMEN
KONSENTRASI	: PEMASARAN



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
MEDAN
2020**

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas limpahan berkat, rahmat, serta kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang merupakan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sumatera Utara. Tak lupa juga sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberi petunjuk kepada kita kejalan yang lurus.

Dalam kurun waktu pengerjaan Skripsi ini penulis menyadari bahwa sangat banyak pihak yang berjasa turut membantu penulis dalam penyelesaian Skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. H Safrida SE., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Bapak Dr. Eddy Suprayitno SE. MM . Selaku Ketua Program Manajemen Fakultas Ekonomi.
3. Ibu Dr. H. Safrida SE. M.Si Selaku pembimbing I dan Bapak Ilham Sonata. SE., MM selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu membimbing penulis selama pengerjaan skripsi ini.
4. Bapak Syafrizal., SE. MM Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen
5. Ayahanda Andre Fitriano, S.T., M.M Serta Ibunda Yetty Ratna Sari Tanjung atas doa dan kasih sayangnya yang tulus yang tak terhingga kepada penulis.
6. Adik Tercinta dan keluarga besar penulis
7. Teman – teman seperjuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2016 yang telah memberikan motivasi dan perhatiannya.

8. Semua pihak yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak penulis sebutkan satu persatu diucapkan terimakasih.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu untuk menyempurnakan Skripsi ini, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Medan, April 2020

Mhd. Yecho Wijaya Ramadhan
71160312118

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....

DAFTAR ISI.....

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah.....	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Manfaat Penelitian.....	11

BAB II KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Loyalitas Konsumen.....	13
a. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	13
b. Indikator Loyalitas Konsumen.....	14
2.1.2 Experiential Marketing.....	15
a. Pengertian Experiential Marketing.....	15
b. Karakteristik Experiential Marketing.....	16
c. Indikator Experiential Marketing.....	17
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	20
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
b. Indikator Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	23
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	23
b. Indikator Kepuasan Konsumen.....	25

2.1.5	Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap loyalitas Konsumen	27
2.1.6	Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen.....	28
2.1.7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	29
2.1.8	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	30
2.2	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3	Kerangka Konseptual	32
2.4	Hipotesis Penelitian.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi, Objek Dan Waktu Penelitian	34
3.1.1	Lokasi Penelitian	34
3.1.2	Objek Penelitian	34
3.1.3	Waktu Penelitian	34
3.2	Populasi dan Sampe Penelitian.....	35
3.2.1	Populasi Penelitian	35
3.2.2	Sampel Penelitian	35
3.3	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4	Definisi Operasional Variabel	37
3.5	Instrumen Penelitian.....	39
3.6	Uji Validitas & Uji Reliabilitas	41
3.6.1	Uji Validitas.....	41
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7	Teknik Analisis Data	43
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	43
3.7.2	Analisis Uji Prasyarat	44

1. Uji Normalitas	44
2. Uji Linearitas	45
3. Uji Multikoleniaritas	46
4. Uji Heteroskedastisitas	46
5. Analisis regresi linear berganda	46
3.7.3 Pengujian Hipotesis	47
1. Uji t.....	47
2. Uji Simultan (F- hitung)	48
3. Analisis Koefisien determinasi (R – Square)	49

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan	51
4.2. Visi Misi Perusahaan	53
4.3. Layanan Perusahaan.....	53
4.4. Struktur Organisasi	57

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....

A. Hasil Penelitian	59
1. Analisis Deskriptif	59
2. Uji Prasyarat Analisis.....	65
3. Pengujian Hipotesis.....	68
B. Pembahasan.....	73

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2010:110-118). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Christian Lasander. (2012). *Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional (Survey Pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia Tahuna kab. Sangihe)*. Jurnal EMBA, Vol.1,No.3.
- Lee, M. S., Hsiao, H. D., & Yang, M. F. (2011). The study of the relationships among experiential marketing, service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *The International Journal of Organizational Innovation*. Vol.3. No.2. ISSN 1911-2017.
- Handal, Nehemia S. (2010). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas*. Jurnal Manajemen. Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip. (2009:8-105). *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks.
- Kustini. (2007). *Penerapan Experiential Marketing*. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol. 7, No. 2. UPN "Veteran" Jawa Timur.
- Rubina, Irna. (2014). *Pengaruh Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Trans Yogyakarta)*. Jurnal UNY, Vol.1,No.3.
- Lee, M. S., Hsiao, H. D., & Yang, M. F. (2011). The study of the relationships among experiential marketing, service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *The International Journal of Organizational Innovation*. Vol.3. No.2. ISSN 1911-2017.
- Nasution, M.N. (2011:24). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A., Zeithaml & Berry. (2015). "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of kualitas pelayanan." *Journal of Marketing*. Vol 49 (fall 1985). Hlm 41-50
- Schmitt, Bernd H. (2009). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*. Vol.15. ISSN0267-257X/99/010053.
- Tjiptono, Fandy. (2012:13). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Walker. (2011). *Managing Customer Dissatisfaction Through Effective Complaint Management System*. *Journal of Management Strategy*,
- Wilkie, William L. 2014. *Consumer Behavior*. Thirs Edition. Jhon Wiley & Sons, New York.
- <https://googlescholar.com>) 20 Januari 2020 jam 18:26.

HASIL UJI KATEGORI

VARIABEL EXPERENTIAL MARKETING

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	2	2.0	2.0	2.0
	Sedang	58	58.0	58.0	60.0
	Tinggi	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	5	5.0	5.0	5.0
	Sedang	64	64.0	64.0	69.0
	Tinggi	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	7	7.0	7.0	7.0
	Sedang	72	72.0	72.0	79.0
	Tinggi	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VARIABEL LOYALITAS KONSUMEN

		Loyalitas_konsumen			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	7	7.0	7.0	7.0
	Sedang	81	81.0	81.0	88.0
	Tinggi	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

HASIL UJI NORMALITAS

N-PAR TEST

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Experiential_Mar keting	Kualitas_Layana n	Kepuasan_Kons umen	Loyalitas_Konsu men
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	25.1300	24.1700	22.7400	28.2400
	Std. Deviation	4.30329	4.63638	4.46676	4.03800
Most Extreme Differences	Absolute	.070	.060	.089	.085
	Positive	.070	.053	.089	.085
	Negative	-.070	-.060	-.058	-.050
Test Statistic		.070	.060	.089	.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.449 ^c	.449 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

HASIL UJI DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Experiential_Marketing	100	15.00	36.00	25.1300	4.30329
Kualitas_Layanan	100	12.00	38.00	24.1700	4.63638
Kepuasan_Konsumen	100	13.00	33.00	22.7400	4.46676
Loyalitas_Konsumen	100	19.00	39.00	28.2400	4.03800
Valid N (listwise)	100				

HASIL UJI LINIERITAS

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Loyalitas_Konsumen * Experiential_Marketing	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Loyalitas_Konsumen * Kualitas_Layanan	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Loyalitas_Konsumen * Kepuasan_Konsumen	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Loyalitas_Konsumen * Experiential_Marketing

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas_Konsumen *	Between Groups	(Combined)	432.395	17	25.435	1.765	.047
		Linearity	231.793	1	231.793	16.082	.000
Experiential_Marketing		Deviation from Linearity	200.602	16	12.538	.870	.605
Within Groups			1181.845	82	14.413		
Total			1614.240	99			

Loyalitas_Konsumen * Kualitas_Layanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas_Konsumen *	Between Groups	(Combined)	361.961	19	19.051	1.217	.266
		Linearity	75.908	1	75.908	4.849	.031
Kualitas_Layanan		Deviation from Linearity	286.053	18	15.892	1.015	.453
Within Groups			1252.279	80	15.653		
Total			1614.240	99			

Loyalitas_Konsumen * Kepuasan_Konsumen

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas_Konsumen *	Between Groups	(Combined)	564.878	18	31.382	2.422	.004
		Linearity	89.834	1	89.834	6.934	.010
Kepuasan_Konsumen		Deviation from Linearity	475.045	17	27.944	2.157	.012
Within Groups			1049.362	81	12.955		
Total			1614.240	99			

HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan_Konsumen, Experiential_Marketing, Kualitas_Layanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.445 ^a	.198	.173	3.67205	.198	7.905	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Konsumen, Experiential_Marketing, Kualitas_Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.779	3	106.593	7.905	.000 ^b
	Residual	1294.461	96	13.484		
	Total	1614.240	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepuasan_Konsumen, Experiential_Marketing, Kualitas_Layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.178	3.029		4.681	.000		
	Experiential_Marketing	.330	.095	.351	3.479	.001	.819	1.221
	Kualitas_Layanan	.047	.088	.054	.534	.595	.816	1.225
	Kepuasan_Konsumen	.204	.083	.226	2.465	.015	.997	1.003

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

REGRESI

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan_Konsumen, Experiential_Marketing, Kualitas_Layanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.226 ^a	.051	.021	2.10635	.051	1.718	3	96	.168

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Konsumen, Experiential_Marketing, Kualitas_Layanan

b. Dependent Variable: RES2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.872	3	7.624	1.718	.168 ^b
	Residual	425.922	96	4.437		
	Total	448.794	99			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Kepuasan_Konsumen, Experiential_Marketing, Kualitas_Layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
		1	(Constant)	.316	1.737		.182	.856			
	Experiential_Marketing	-.030	.054	-.060	-.548	.585	-.011	-.056	-.054	.819	1.221
	Kualitas_Layanan	.049	.051	.107	.976	.332	.093	.099	.097	.816	1.225
	Kepuasan_Konsumen	.094	.047	.198	1.990	.049	.203	.199	.198	.997	1.003

a. Dependent Variable: RES2

HASIL UJI REGRESI BERGANDA

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan_Konsumenten, Experiential_Marketing, Kualitas_Layanan ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen
 b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.445 ^a	.198	.173	3.67205

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Konsumen, Experiential_Marketing, Kualitas_Layanan
 b. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.779	3	106.593	7.905	.000 ^b
	Residual	1294.461	96	13.484		
	Total	1614.240	99			

- a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen
 b. Predictors: (Constant), Kepuasan_Konsumen, Experiential_Marketing, Kualitas_Layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.178	3.029		4.681	.000
	Experiential_Marketing	.330	.095	.351	3.479	.001
	Kualitas_Layanan	.154	.064	.135	2.401	.017
	Kepuasan_Konsumen	.204	.083	.226	2.465	.015

- a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen