



**DAMPAK PEMASARAN *EXPERIENTAL* DAN  
KUALITAS PELAYANAN PADA *WORD OF MOUTH*  
(WOM) DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PENGUNJUNG *HYPERMART* MALL KUDUS**

Diajukan oleh :

**DEA IFADA PAMUNGKAS SIWI  
NIM 2015-11-423**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**



**DAMPAK PEMASARAN EXPERIENTAL DAN  
KUALITAS PELAYANAN PADA *WORD OF MOUTH*  
(WOM) DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PENGUNJUNG HYPERMART MALL KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Diajukan oleh :

**DEA IFADA PAMUNGKAS SIWI**  
NIM 2015-11-423

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**

**DAMPAK PEMASARAN *EXPERIENTAL* DAN KUALITAS PELAYANAN  
PADA *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGUNJUNG  
*HYPERMART MALL KUDUS*.**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 27 Februari 2023

Pembimbing I



**Sutono, SE. MM, Ph.D.**  
NIDN. 0626017003

Pembimbing II



**Dian Wismar'ain, SE. MM.**  
NIDN. 0612127702

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



**Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M**  
NIDN. 0628048702

**DAMPAK PEMASARAN *EXPERIENTAL* DAN KUALITAS PELAYANAN  
PADA *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGUNJUNG  
*HYPERMART MALL KUDUS*.**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 27 Februari 2023

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



**Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M**  
NIDN. 0628048702

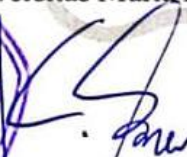
Pembimbing I



**Sutono, SE. MM, Ph.D.**  
NIDN. 0626017003

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muria Kudus



**Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M**  
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



**Dian Wismar'ain, SE. MM.**  
NIDN. 0612127702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dunia itu tempat berjuang, istirahat itu di surga”.

- Syekh Ali Jaber-

Persembahan :

1. Orang tua yang tersayang
2. Sahabat-sahabatku terhebat
3. Teman seangkatan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus
4. Almamater Universitas Muria Kudus

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi “Pengaruh Fasilitas Kerja, Kompensasi dan Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Duwa Atmimuda Kudus)” sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, SE. MM, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Dian Wismar'ain, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 9 Februari 2023

Penulis,

Dea Ifada Pamungkas Siwi

**DAMPAK PEMASARAN *EXPERIENTAL* DAN KUALITAS PELAYANAN  
PADA *WORD OF MOUTH* (WOM) DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGUNJUNG  
*HYPERMART MALL KUDUS*.**

**DEA IFADA PAMUNGKAS SIWI  
NIM 2015-11-423**

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.  
2. Dian Wismar'ain, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Hypermart Kudus adalah Perusahaan supermarket yang beralamat di Jl. Dr. Lukmono Hadi No.1, Getas, Getas Pejaten, Kec. Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Dampak Pemasaran Experiental dan Kepuasan Pelanggan pada Word Of Mouth (WOM) dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Hypermart Mall Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengetahui hubungan diantara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan dua variabel eksogen, yaitu Pemasaran Experiental dan Kepuasan Pelanggan serta dua variabel endogen, yaitu Word Of Mouth (WOM) dan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Purposive Sampling*.

Analisis data yang digunakan (SEM) *Structual Equatuion Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemasaran Experiental dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Word Of Mouth (WOM) dan Kualitas Pelayanan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap *word of mouth* pada *Hypermart* Kudus. Pemasaran *experiental* berpengaruh negatif terhadap *word of mouth* pada *Hypermart* Kudus melalui kepuasan pelanggan tetapi Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap *word of mouth* pada *Hypermart* Kudus melalui kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Pemasaran experiental, Kualitas pelayanan, Word of mouth (WOM), Kepuasan pelanggan



***THE IMPACT OF EXPERIENTIAL MARKETING AND SERVICE QUALITY  
ON WORD OF MOUTH (WOM) WITH CUSTOMER SATISFACTION  
AS AN INTERVENING VARIABLE FOR VISITORS TO HYPERMART  
MALL KUDUS.***

**DEA IFADA PAMUNGKAS SIWI  
NIM 2015-11-423**

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.  
2. Dian Wismar'ain, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM  
OF MANAGEMENT**

**ABSTRACT**

*Hypermart Kudus is a supermarket company which is located at Jl. Dr. Lukmono Hadi No.1, Getas, Getas Pejaten, Kec. Jati, Kudus Regency, Central Java. This study aims to analyze the Impact of Experiential Marketing and Customer Satisfaction on Word Of Mouth (WOM) with Service Quality as an Intervening Variable for Visitors to Hypermart Mall Kudus. This study uses a quantitative approach aiming to determine the relationship between two or more variables. This study uses two exogenous variables, namely Experiential Marketing and Customer Satisfaction and two endogenous variables, namely Word of Mouth (WOM) and Service Quality as Intervening Variables. In this study data collection using the questionnaire method. While the sample in this study uses the Purposive Sampling formula.*

*Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which was operated through the AMOS program. The results of the study show that Experiential Marketing and Customer Satisfaction have a positive effect on Word of Mouth (WOM) and Service Quality. Customer satisfaction has a positive effect on word of mouth at Hypermart Kudus. Experiential marketing has a negative effect on word of mouth at Hypermart Kudus through customer satisfaction, but service quality has a positive effect on word of mouth at Hypermart Kudus through customer satisfaction.*

**Keywords:** *Experiential marketing, service quality, word of mouth (WOM), customer satisfaction*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Pemasaran.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.2 Pemasaran <i>Experiental</i> .....	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran <i>Experiental</i> .....	10
2.2.2 Indikator Pemasaran <i>Eperiental</i> .....	12
2.3 Kepuasan Pelanggan .....	15
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	15
2.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	16
2.4 Kualitas Pelayanan .....	17
2.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	17

2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan .....	19
2.5 <i>Word of Mouth</i> .....	21
2.5.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....	21
2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Word of Mouth</i> .....	22
2.5.3 Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	23
2.6 Pengaruh Antar Variabel .....	24
2.6.1 Pengaruh Pemasaran <i>Experiential</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan..	24
2.6.2 Pengaruh Pemasaran <i>Experiential</i> Terhadap Kualitas Pelayanan ....	25
2.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	26
2.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	27
2.6.5 Pengaruh Pemasaran <i>Experiential</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	27
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	28
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	30
2.9 Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	33
3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5 Uji Instrumen.....	38
3.6 Pengolahan Data.....	41
3.7 Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Responden.....	51
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
4.1.3 Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung .....	52
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	53
4.2.1 Statistik Deskriptif Pemasaran <i>Experiential</i> .....	53
4.2.2 Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan .....	53
4.2.3 Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan ( $Y_1$ ).....	54
4.2.4 Statistik Deskriptif <i>Word of Mouth</i> .....	55

4.3 Analisis Data .....	56
4.3.1 Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen dan Endogen .....	56
4.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Full Model.....	61
4.4 Pengujian Validitas Konstruk Full Model.....	62
4.5 Analisis Konfirmatori Full Model.....	65
4.5.1 Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	66
4.5.2 Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	67
4.6 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	70
4.6.1 Analisis Pengaruh Langsung antar Variabel Laten.....	71
4.7 Analisis Pengaruh Tidak Langsung antar Variabel Laten.....	71
4.8 Pembahasan .....	72
4.8.1 Pengaruh Pemasaran Experiential Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	72
4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	73
4.8.3 Pengaruh Pemasaran <i>Experiential</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	74
4.8.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	75
4.8.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	76
4.8.6 Pengaruh Pemasaran Experiential Terhadap <i>Word of Mouth</i> Melalui Kepuasan Pelanggan .....	77
4.8.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap <i>Word of Mouth</i> Melalui Kepuasan Pelanggan .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Pembelian <i>Hypermart</i> Kudus .....	2
Tabel 3.1. Skala <i>likert</i> .....	38
Tabel 3.2. Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	49
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Intensitas Berkunjung .....	52
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Pemasaran <i>Experiental</i> .....	53
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	55
Tabel 4.8. Standarized Regression Weight Variabel Eksogen .....	57
Tabel 4.9. Standarized Regression Weght Variabel Eksogen Setelah Perbaikan .....	58
Tabel 4.10. Standarized Regression Weght Variabel Endogen .....	59
Tabel 4.11. Uji Normalitas Data .....	61
Tabel 4.12. Mahalanobis d square .....	62
Tabel 4.13. Hasil Pengujian CR dan VE.....	63
Tabel 4.14. Diskriminant Validity .....	64
Tabel 4.15. Uji Full Model <i>goodness of fit</i> SEM.....	66
Tabel 4.16. Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	66
Tabel 4.17. Tabel Regression Weights .....	68
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Hipotesis .....	68
Tabel 4.19. Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	71
Tabel 4.20. Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten .....	71

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Ulasan Konsumen .....	3
Gambar 1.2. Ulasan Konsumen .....	4
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	31
Gambar 3.1. Diagram Path.....	46
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model.....	56
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model .....	58
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model .....	59
Gambar 4.4. Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen .....	60
Gambar 4.5. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM) .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Hasil Analisis

