



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA HOTEL @HOM KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh :
FASHA ESTI BASIS
NIM. 2017-11-131**

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



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA HOTEL @HOM KUDUS**

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

Oleh :

FASHA ESTI BASIS

NIM. 2017-11-131

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

**PENGARUH *EXPERIENTIAL* MARKETING
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA HOTEL @HOM KUDUS**

Nama : Fasha Esti Basis

NIM : 201711131

Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Mengetahui

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, SE., M.M)
NIDN.0024037701

Pembimbing I



(Sutono, S.E., M.M., Ph.D)
NIDN.0626017003

Mengetahui

Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, SE., MM)
NIDN.0616077304

Pembimbing II



(Agung Subono, SE., M.Si)
NIDN.0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar”

- Umar bin Khattab –

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hati untukku. Terima kasih karena selalu ada untukku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala kasih dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun judul skripsi ini adalah “**Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Hotel @HOM Kudus**”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling penulis yang mendukung dan membantu. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, S.E., M.M., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I dan Agung Subono, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan ilmu dan masukan yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini.
5. Para Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selama ini memberikan ilmu pengetahuan dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.

6. Teman-teman seperjuangan yang memberikan dukungan dan kebersamaan serta informasi yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Namun, hal tersebut telah diusahakan semaksimal mungkin kesempurnaanya sesuai dengan batas kemampuan yang ada. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Kudus, Juli 2023

-Penulis,



Fasha Esti Basis
NIM. 2017-11-131

**Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui
Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening
pada Hotel @HOM Kudus**

FASHA ESTI BASIS

NIM. 2017-11-131

Pembimbing : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D.
2. Agung Subono, SE, M.Si

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Hotel @Hom Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian pada Hotel @Hom Kudus yang berjumlah 144 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan SEM AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel @Hom Kudus. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel @Hom Kudus. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel @Hom Kudus. Kepuasan pelanggan tidak mampu menjadi variabel intervening antara *experiential marketing* dengan loyalitas pelanggan pada Hotel @Hom Kudus.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

The Effect of Experiential Marketing on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable at @HOM Kudus Hotel

FASHA ESTI BASIS

NIM. 2017-11-131

Lecturer : 1. Sutono, S.E., M.M., Ph.D.
2. Agung Subono, SE, M.Si

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of experiential marketing on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable at Hotel @Hom Kudus. The approach used in this research is a quantitative approach. The research sample at the @Hom Kudus Hotel totaling 144 respondents used a purposive sampling technique. This research data collection technique is a questionnaire. The data analysis technique of this research uses AMOS SEM. The results of the study show that Experiential marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction at @Hom Kudus Hotel. Experiential marketing has a positive and significant effect on customer loyalty at @Hom Kudus Hotel. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty at @Hom Kudus Hotel. Customer satisfaction cannot be an intervening variable between experiential marketing and customer loyalty at @Hom Kudus Hotel.

Keywords: Experiential Marketing, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	10
2.2 <i>Experiential Marketing</i>	11
2.2.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	11
2.2.2 Indikator <i>Experiential Marketing</i>	16
2.3 Kepuasan Pelanggan	18
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	18

	Halaman
2.3.2 Komponen Kepuasan Pelanggan	22
2.3.3 Ciri-ciri Pelanggan yang Puas	22
2.3.4 Elemen Kepuasan Pelanggan.....	23
2.3.5 Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan....	24
2.3.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3.7 Indikator Kepuasan Pelanggan	27
2.4 Loyalitas Pelanggan	28
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	28
2.4.2 Tahapan Loyalitas Pelanggan	30
2.4.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	32
2.5 Pengaruh Antarvariabel.....	33
2.5.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
2.5.2 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35
2.5.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	37
2.7 Kerangka Pikir	42
2.8 Hipotesis.....	42

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	43
3.2 Variabel Penelitian	43
3.2.1 Variabel	43
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.3 Populasi dan Sampel	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	47

	Halaman
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.6 Uji Instrumen Data	48
3.6.1 Uji Validitas	48
3.6.2 <i>Construct Reliability</i>	49
3.7 Analisis Data	50
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	50
3.7.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	50
3.7.3 Uji Hipotesis	55

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Karakteristik Responden	56
4.1.1 Jenis Kelamin	56
4.1.2 Usia	57
4.1.3 Pendidikan Terakhir	57
4.1.4 Pekerjaan	58
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Hotel	59
4.2 Statistik Deskriptif	60
4.2.1 Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X)	60
4.2.2 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1)	61
4.2.3 Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2)	62
4.3 Uji Instrumen Data	62
4.3.1 Uji Validitas	62
4.3.1.1 <i>Convergent Validity</i>	63
4.3.1.2 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	68
4.3.1.3 <i>Discriminant Validity</i>	69
4.3.2 Uji Reliabilitas	70
4.4 Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM	70
4.4.1 Uji Normalitas	70

	Halaman
4.4.2 Uji <i>Outlier</i>	71
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	72
4.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	73
4.5.1 Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	74
4.5.2 Uji Hipotesis	76
4.5.3 Uji Mediasi	78
4.6 Pembahasan.....	79
4.6.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel @Hom Kudus	79
4.6.2 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel @Hom Kudus	80
4.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel @Hom Kudus	81
4.6.4 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel @Hom Kudus.....	82
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran.....	85
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel	1.1 Jumlah Pengguna Kamar pada Hotel @Hom Kudus.....	2
Tabel	1.2 Data Pelanggan Hotel @Hom Kudus Periode Januari s/d Desember 2021	3
Tabel	3.1 <i>Goodness of Fit Index</i>	53
Tabel	4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel	4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel	4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel	4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel	4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Hotel	59
Tabel	4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X).....	60
Tabel	4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1).	61
Tabel	4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2) ..	62
Tabel	4.9 Hasil Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen (X)	64
Tabel	4.10 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen (X).....	65
Tabel	4.11 Hasil Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen (Y).....	66
Tabel	4.12 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen (Y)	67
Tabel	4.13 Hasil Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full</i> <i>Measurement</i>	68
Tabel	4.14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	69
Tabel	4.15 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	69
Tabel	4.16 Hasil Uji <i>Construct Reliability</i>	70
Tabel	4.17 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel	4.18 Hasil Uji <i>Outlier</i>	72
Tabel	4.19 Hasil Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Model</i>	74

	Halaman
Tabel 4.20 Hasil <i>Regression Weights</i>	74
Tabel 4.21 Hasil Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	75
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis	76
Tabel 4.23 Hasil Uji Mediasi	78



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Review Pelanggan Hotel @Hom Kudus.....	4
Gambar 1.2 Review Pelanggan Hotel @Hom Kudus.....	4
Gambar 2.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Hotel @Hom Kudus	42
Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen	64
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Endogen (Y).....	66
Gambar 4.3 Hasil <i>Full Measurement</i>	68
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Full Model</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Identitas Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data

