

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN IKEA
ALAM SUTERA**

**NANDA SILVIA
8215120521**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

**THE EFFECTS OF EXPERIENTIAL MARKETING AND
CUSTOMER SATISFACTION TO CUSTOMER LOYALTY AT
IKEA ALAM SUTERA**

**NANDA SILVIA
8215120521**



**Skripsi is Written as Part of Bachelor Degree in Economic Accomplishment
State Univesity Of Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
CONCENTRATION IN MARKETING
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		31072017
2. <u>Andrian Haro, S.Si., MM</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Sekretaris		31072017
3. <u>Usep Suhud, M.Si., P.hD</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Penguji Ahli		28072017
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I	
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19603119 199203 2 001	Pembimbing II	

Tanggal Lulus :

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi Lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2017

Yang Membuat Pernyataan



NANDA SILVIA

No. Reg : 8215120521

ABSTRAK

Nanda Silvia, 2017; Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen IKEA Alam Sutera. Skripsi, Jakarta : Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen IKEA Alam Sutera 2) Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada pengunjung IKEA Alam Sutera 3) Untuk mengetahui apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen IKEA Alam Sutera 4) Untuk mengetahui apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen IKEA Alam Sutera yang di mediasi oleh kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan terhadap 200 konsumen yang pernah berbelanja di IKEA Alam Sutera dan melakukan kunjungan minimal 2 kali. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei yaitu menyebarkan kuesioner dan hasilnya diolah dengan program SPSS 22.0. Penelitian ini menggunakan analisis konklusif. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Konsumen, Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen dengan hasil signifikan <0.05 yaitu sebesar 0.000 sedangkan pengaruh tidak langsung antara *Experiential Marketing* dengan Loyalitas Konsumen yang di mediasi oleh Kepuasan Konsumen diuji dengan Sobel Test menghasilkan besar pengaruh tidak langsung sebanyak 0,45 dan signifikansi 0.000

Kata kunci : *Experiential Marketing*, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

Nanda Silvia, 2017; The Influence Of Experiential Marketing and Customer Satisfaction to Customer Loyalty at IKEA Alam Sutera . Skripsi: Jakarta, Marketing Management Concentration, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

This research purpose are: 1) To know if the experiential marketing have influence to IKEA's Alam Sutra customers satisfaction 2) To know if IKEA's customer satisfaction have influence the customers loyalty 3) To know if the experiential marketing have influence to IKEA's customers loyalty 4) To know if the experiential marketing have influence to IKEA's customers loyalty that mediated by customers satisfaction. The sample of this research are 200 IKEA's customers who have visited IKEA's store and shop minimum two times. Research data retrieval by survey method with questionnaires and the data processed with SPSS version 22. This research using conclusive research design method, the result shown that directly experiential marketing has significant effect to customer satisfaction, customer satisfaction has significant effects to customer loyalty, and experiential marketing has significant effects for customer loyalty with significancy result <0.05 which is 0.000 whereas undirectly effects between experiential marketing and customer loyalty mediated by customer satisfaction examined by sobel test has shown 0,45 undirect effect with 0.000 significancy

Keywords : Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas kuasanya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya.

Atas Rahmat Allah SWT dan bantuan semua pihak maka penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen IKEA Alam Sutera”**.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda Sukarman Koje dan Ibu Napisah Alwi selaku orang tua peneliti, terimakasih banyak atas kasih sayang, doa, dukungan dan nasihat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Kalian adalah sumber semangat paling besar. Penulis persembahkan skripsi ini untuk kalian berdua.
2. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing 1 atas bimbingan, ilmu, nasihat dan waktunya selama ini.
3. Dra Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing 2 atas bimbingan, ilmu, nasihat dan motivasinya selama ini.
4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Andrian Haro, S.Si., MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.

6. Seluruh dosen Manajemen FE UNJ yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang berguna sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Staf dan Karyawan FE yang banyak membantu penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta.
8. Untuk kakak tercinta Siska Amelia, penulis mengucapkan terimakasih banyak atas segala dukungan yang diberikan baik secara moril maupun materil selama ini.
9. Alay Agit Willy Yunandha, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas waktu, tenaga, dukungan serta cinta untuk penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
10. Diah Rakhmi Anitasari dan Jamilatul Affifah sebagai sahabat penulis mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan dan dukungannya dalam membantu penulis menyelesaikan Skripsi ini.
11. Bagus Prasetyoko sebagai teman seperjuangan yang sangat banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
12. Kepada “Kospung Mate” Gesty Setiawaty, teman sekamar yang menemani penulis dari awal perkuliahan Yuniar Mumpuni, Wiji Redha Dinasti, Pipit Ayu Lestari, dan Tria Yuliani, sebagai pelipur lara dan pendukung penulis dalam segala situasi.
13. Seluruh teman-teman Manajemen Reguler A 2012 adalah teman yang saling mendukung dan berbagi keceriaan saat penulis menempuh kuliah di Universitas Negeri Jakarta.

14. Teman-teman S1 Manajemen 2012 kelas Reguler maupun Non Reguler yang telah menjadi teman seperjuangan selama ini.
15. Terakhir, kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua.

Dengan segala keterbatasan dalam skripsi ini, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi banyak pihak. Saran dan kritik yang membangun akan penulis tunggu demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, Juli 2017

Peneliti