

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PUSAT BELAJAR EKONOMI (PBE) DI FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA (Survei pada Mahasiswa/i
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)**

RUDI OKTORIYANDI

8223163124



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER SATISFACTION OF PUSAT BELAJAR EKONOMI (PBE) AT FACULTY OF ECONOMIC UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA (Survey on students of Faculty Of Economic Universitas Negeri Jakarta)

RUDI OKTORIYANDI
8223163124



The Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirements Associate Expert Getting By Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

***DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019***

ABSTRAK

Rudi Oktoriyandi, 2019 : Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan Pusat Belajar Ekonomi (PBE). (Survei Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) mendeskripsikan *experiential marketing* yang diberikan oleh Pusat Belajar Ekonomi (PBE) di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. 2) mendeskripsikan kepuasan pelanggan Pusat Belajar Ekonomi (PBE) di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. 3) Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan Pusat Belajar Ekonomi (PBE) di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah Studi Pustaka dan Kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 114 Responden yang pernah berkunjung ke Pusat Belajar Ekonomi (PBE). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut berdasarkan hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,537 (53,7%).

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Rudi Oktoriyandi, 2019 : *The Influence Experiential Marketing on Customer Satisfaction Pusat Belajar Ekonomi (PBE). (Survey on Students Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta). Scientific Paper, DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.*

This research purpose to: 1) describe the experiential marketing provided by the Pusat Belajar Ekonomi (PBE) at the Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. 2) describe customer satisfaction the Pusat Belajar Ekonomi (PBE) at the Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. 3) To find out the influence of experiential marketing on customer satisfaction in the the Pusat Belajar Ekonomi (PBE) at the Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. In this study the data collection methods used were Library Studies and Questionnaires. The sample used was 114 respondents who had visited the Pusat Belajar Ekonomi (PBE). The data analysis method used is simple linear regression analysis. From the results of the study it can be seen that the experiential marketing variables affect customer satisfaction. This is based on the test results of the determination coefficient of 0.537 (53.7%).



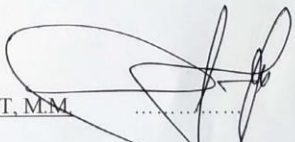
Keywords : Experiential Marketing, customer satisfaction

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana E.S. M.Bus
NIP. 1967120719992031001

Nama Ketua Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si.</u> NIP. 195702211985032002		<u>21 Agustus 2019</u>
Penguji Ahli		
<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 196206231990032001		<u>21 Agustus 2019</u>
Dosen Pembimbing		
<u>Agung Kresnamurti Rivai P. S.T, M.M.</u> NIP. 197404162006041001		<u>20 Agustus 2019</u>

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum 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 ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 15 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Rudi Oktoriyandi
NIM. 8223163124

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya peneliti diberikan kesehatan dan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pusat Belajar Ekonomi (PBE) di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (Survei Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta).” dengan baik.

Penyusunan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta.

Terima kasih kepada orang tua peneliti, karena atas doa serta dukungannya praktikan bisa menyelesaikan karya ilmiah ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak–pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini khususnya kepada::

1. Agung Kresnamurti Rivai P, S.T, M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah membantu peneliti dalam proses penulisan penelitian ini.
2. Dra. Sholikhah, M.M. Selaku Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana, E. S., M.Bus. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dosen Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Teman – teman yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 30 Juli 2019

Peneliti