

**HUBUNGAN ANTARA *EXPERIENTIAL MARKETING*  
DENGAN LOYALITAS PELANGGAN *CONVENIENCE STORE*  
*7-ELEVEN* BALAI PUSTAKA RAWAMANGUN PADA  
MAHASISWA PENDIDIKAN TATA NIAGA UNIVERSITAS  
NEGERI JAKARTA DI JAKARTA**

**CITRA NOVERINA**

**8135112334**



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

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2015**

***THE CORRELATION BETWEEN EXPERIENTIAL  
MARKETING WITH CUSTOMER LOYALTY CONVENIENCE  
STORE 7-ELEVEN BALAI PUSTAKA RAWAMANGUN ON  
COMMERCE EDUCATION STUDENT FACULTY OF  
ECONOMICS UNJ IN JAKARTA***

**CITRA NOVERINA**

**8135112334**



***Skripsi is Organized As One of The Requirements For Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
DEPARTEMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2015***

## ABSTRAK

**CITRA NOVERINA.** Hubungan antara *experiential marketing* dengan loyalitas pelanggan *convenience store 7-Eleven* Balai Pustaka Rawamangun Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi UNJ di Jakarta. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, *reliable*) tentang hubungan antara *experiential marketing* dengan loyalitas pelanggan *convenience store 7-Eleven* Jalan Balai Pustaka Timur No.5 Rawamangun Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi UNJ di Jakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Penelitian ini dilakukan selama empat bulan terhitung sejak Maret 2015 sampai dengan Juni 2015. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Populasi terjangkaunya adalah mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2011-2014 yang pernah lebih dari dua kali membeli produk *convenience store* yang berjumlah 114 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana yang diambil secara proporsional sebanyak 84 orang.

Teknik analisis data dimulai dengan mencari persamaan regresi sederhana, dimana persamaan regresi yang diperoleh adalah  $\hat{Y} = 34,326 + 0,539X$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X ( $Y - \hat{Y}$ ) dengan uji liliefors diperoleh  $L_{hitung} = 0,048$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 84$  pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,112. Karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran regresi Y atas X ( $Y - \hat{Y}$ ) berdistribusi normal. Uji linearitas regresi diperoleh  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $F_{hitung} = 0,91 < F_{tabel} = 1,69$ , sehingga disimpulkan bahwa model persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $F_{hitung} = 45,46 > F_{tabel} = 3,96$ , artinya model persamaan regresi tersebut berarti. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson diperoleh  $r_{xy} = 0,597$ . Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji-t dan diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $t_{hitung} = 6,74 > t_{tabel} = 1,68$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 35,67% yang menunjukkan bahwa 35,67% variasi loyalitas pelanggan ditentukan oleh *experiential marketing*.

Hasil penelitian ini telah membuktikan adanya hubungan yang positif antara *experiential marketing* dengan loyalitas pelanggan *convenience store 7-Eleven* Jalan Balai Pustaka Timur No.5 Rawamangun-Jakarta Timur pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi UNJ di Jakarta.

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

## ABSTRACT

**CITRA NOVERINA.** *The Correlation between Experiential Marketing with Customer Loyalty Convenience Store 7-Eleven Balai Pustaka Rawamangun On Commerce Education Student Faculty of Economics UNJ in Jakarta.* Thesis, Jakarta. Study Program of Commerce Education, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, June 2015.

*The purpose of this research is to obtain valid and reliability datas or facts about the possibility correlation between experiential marketing with customer loyalty 7-eleven Balai Pustaka Rawamangun On Commerce education Student Faculty of Economics UNJ in Jakarta.*

*The research used survey method with the correlational approach. The research was conducted for four months from March 2015 until June 2015. The population in this study was student Commerce Education State University of Jakarta. Student population is inaccessibility Commerce Education class of 2011-2014 were never more than two times the purchase of products convenience store 7-Eleven totaling 114 people.*

*According to statistical computation, the regression equation is  $\hat{Y} = 34,326 + 0,539X$ . Test requirements analysis of the normality test error of estimated regression of Y on X ( $Y - \hat{Y}$ ) to produce  $L_{count}$  liliefors test = 0,048, while the  $L_{table}$  for  $n = 84$  at 0,05 significant level is 0,112. Because the  $L_{count} < L_{table}$  then an error of estimated regression of Y on X ( $Y - \hat{Y}$ ) is normally distributed. Testing linearity of regression produces  $F_{count} < F_{table}$  is  $F_{count} = 0,19 < F_{table} = 1,69$ , so it was concluded that the linear equation regression. From test significance regression produces  $F_{count} > F_{table}$ , which is  $F_{count} = 45,46 > F_{table} = 3,96$ , meaning that the regression equation is significant. Product Moment correlation coefficient of Pearson generating  $r_{xy} = 0,597$ . Thereafter performed the test significance correlation coefficient using the t-test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ , which is  $t_{count} = 6,74 > t_{table} = 1,68$ . It can be concluded that correlation coefficient is significant. The coefficient of determination obtained for 35,67% which shows that 35,67% of the variation of customer loyalty intention is determined by the product experiential marketing.*

*The result of this research has proved the existence of a positive and significant correlation between experiential marketing with customer loyalty convenience store 7-Eleven on commerce education student faculty of economics UNJ in Jakarta.*

**Keywords:** *Customer Loyalty, Experiential Marketing.*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi**



**Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus**  
**NIP. 196712071992031001**

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dita Puruwita S.Pd, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Ketua Penguji	 .....	02/15 07
2. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli	 .....	02/15 07
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris	 .....	02/15 07
4. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Pembimbing I	 .....	02/15 07
5. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing II	 .....	02/15 07

Tanggal Lulus : 02 - Juli - 2015

## **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 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, Juni 2015  
Yang membuat pernyataan

Citra Noverina  
No. Reg 8135112334

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim ...*

*“Allah doesn’t want to place you in difficulty, but He wants to purify you and to complete His favor on you that you may be thankful...”*

*(Q.S. Al Maidah :6)*

*“If you are grateful, surely, I will bestow more favors on you”*

*(Q.S. Ibrahim : 7)*

*“Don’t ask yourself what the world needs, ask yourself what makes you come alive, and then go and do that. Because what the world needs is people who are alive” – Howard Thurman*

### ***Kupersembahkan :***

*Kepada kedua orang tuaku tercinta, Mama dan Papa, terimakasih atas peluh dan kasih yang tak mengenal lelah dan jeda. Dan untuk adik-adikku tersayang Febi Ratu Riana, Diva Maulia Irham Ghani serta keluarga besar dan pria luar biasa Abdul Hadi Hanif atas motivasi berwujud doa dan dukungan yang tanpa henti.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah serta izin-Nya lah maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dalam persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dra. Rohyati M.Pd selaku dosen pembimbing I yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, dengan saran dan masukan yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini.
2. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku dosen pembimbing II sekaligus Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, dengan saran dan masukan yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini.
3. Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga.
5. Kedua orang tua tercinta, Papa Arief Suharso dan Mama Indah Yulianti. Adik tersayang, Febi Ratu Riana dan Diva Maulia Irham Ghani, nenek dan mbah terkasih mimihaji, mbahuti dan mbahkung, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moril maupun materil.
6. Sahabat angel-angel (Fitri Apriyani, Fuji Lestari, Triyani Ayuning Tyas), sahabat fene (Dewi Wulansari, Dewi Sara Hartina, Nurul Khotimah, Noor Zulfia Santri, Gesti Nuryati), yang selalu ada untukku dan mendukungku selama ini, terima kasih atas persahabatan luar biasanya.
7. Abdul Hadi Hanif, pria luar biasa, kekasih hebat, yang tanpa henti selalu memberikan dukungan dan semangat serta doa demi kelancaran skripsi ini.



8. Seluruh teman-teman Program Studi Tata Niaga 2011. Atas semangat dan kebersamaannya selama ini.
9. Beasiswa Bidikmisi, atas seluruh bentuk dukungan berupa bantuan dana pendidikan penuh selama masa perkuliahan.
10. Seluruh responden yakni Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2011-2014 yang telah bersedia menyisihkan sedikit waktunya untuk membantu kelancaran proses pengambilan data penelitian skripsi ini.

Terima kasih.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini diakibatkan karena keterbatasan kemampuan peneliti. Sehubungan dengan itu, peneliti sangat mengharapkan kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Juni 2015

Citra Noverina