

## ABSTRAK

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang strategi experiential marketing, dengan mengambil judul “Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Glamping Legok Kondang Lodge).”

Jenis penelitian ini adalah causal explanatory. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah experiential marketing. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah datang ke Glamping Legok Kondang.

Yang menjadi Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen ada di lingkungan Glamping Legok Kondang pada saat penelitian dilakukan. Kriteria sampel yang dipilih pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Glamping Legok Kondang Selama empat bulan terakhir. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik survey.

Untuk Uji Hipotesis, didapat bahwa Experiential Marketing memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Pengaruh dari Experiential marketing berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Glamping Legok Kondang didapat sebesar 0.852, atau sebesar 85.2%. Dengan demikian, peneliti menyarankan bahwa Perusahaan diharapkan dapat mengembangkan Experiential marketing yang dirasakan oleh konsumen, yang ditemukan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Glamping Legok Kondang.

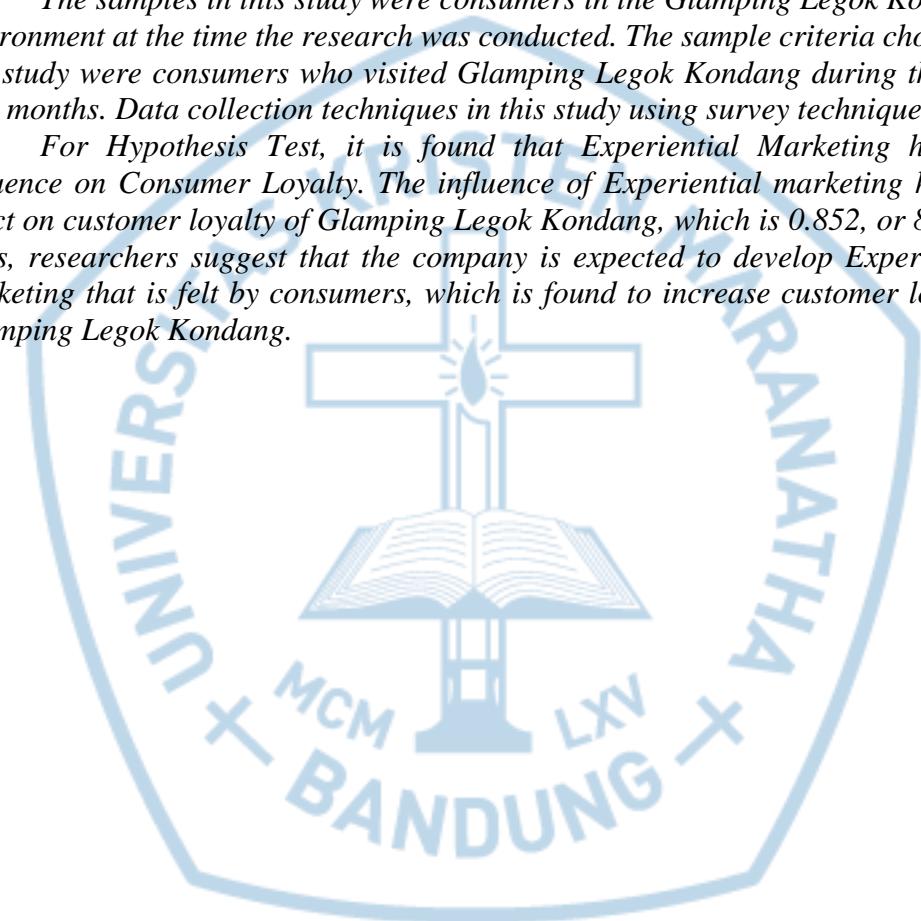
## **ABSTRACT**

*The author is interested in conducting further research on experiential marketing strategies, by taking the title "The Influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty (Case Study on Customers of Glamping Legok Kondang Lodge)."*

*This type of research is a causal explanatory. The independent variable in this study is experiential marketing. The dependent variable in this study is customer loyalty. The population in this study are all consumers who have come to Glamping Legok Kondang.*

*The samples in this study were consumers in the Glamping Legok Kondang environment at the time the research was conducted. The sample criteria chosen in this study were consumers who visited Glamping Legok Kondang during the last four months. Data collection techniques in this study using survey techniques.*

*For Hypothesis Test, it is found that Experiential Marketing has an influence on Consumer Loyalty. The influence of Experiential marketing has an effect on customer loyalty of Glamping Legok Kondang, which is 0.852, or 85.2%. Thus, researchers suggest that the company is expected to develop Experiential marketing that is felt by consumers, which is found to increase customer loyalty. Glamping Legok Kondang.*



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	iv
SURAT KETERANGAN .....	v
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II: KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	8
2.1. Pemasaran .....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2. Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.2. Bauran Pemasaran .....	10
2.2.3. Komponen Bauran Pemasaran .....	11
2.3. Pemasaran Jasa .....	12
2.3.1. Pengertian pemasaran Jasa .....	12
2.3.1.1. Variabel Bauran Pemasaran Produk: .....	14
2.3.1.2. Variabel Bauran Pemasaran Jasa .....	15
2.3.2. Jasa .....	17
2.3.3. Karakteristik Jasa .....	18
2.3.4. Kategori Bauran Jasa.....	19

2.3.5. Strategi Pemasaran Untuk perusahaan Jasa.....	20
2.3.6. Mengelola Kualitas Jasa .....	22
2.3.7. Mengelola Merek Jasa.....	24
2.3.7.2. Mengembangkan Strategi Merek.....	25
2.3.7.2.1. Memilih Elemen Merek .....	25
2.3.7.2.2.Menetapkan Strategi Penetapan Merek .....	26
2.3.7.2.3.Penetapan Dimensi Merek.....	26
2.4. Experiental Marketing.....	26
2.4.1. Pengertian Eksperiental Marketing .....	26
2.4.2. Tipe-tipe Experiental Marketing .....	27
2.4.2.1. Sense marketing.....	27
2.4.2.2.Feel marketing .....	28
2.4.2.3.Think marketing.....	29
2.4.2.4. Act marketing .....	30
2.4.2.5.Relate marketing.....	30
2.5. Perilaku Konsumen .....	31
2.5.1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	31
2.5.2. Komponen Perilaku Konsumen.....	32
2.5.3. Keputusan Pembelian Konsumen.....	34
2.5.4. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	35
2.5.5. Proses Pengambilan Keputusan pembelian Konsumen.....	37
2.6. Loyalitas Konsumen.....	39
2.6.1. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	39
2.6.2. Aspek Loyalitas Konsumen.....	40
2.6.3. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen .....	41
2.6.4. Jenis Loyalitas Konsumen.....	42
2.6.5. Ciri Konsumen Yang Loyal .....	43
2.7. Kerangka Pemikiran.....	43
2.8. Kerangka Pemikiran & Hipotesis .....	47
2.9. Kerangka teori .....	49
2.10. Pengembangan Hipotesis .....	49

BAB III: METODE PENELITIAN .....	51
3.1. Jenis Penelitian.....	51
3.2. Definisi Variabel .....	51
3.3. Populasi/Objek Penelitian .....	61
3.4. Sample.....	61
3.5. Kerangka Sampling.....	61
3.6. Teknik Sampling .....	62
3.7. Metode Uji DataT .....	63
3.7.1. Uji Validitas .....	63
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	64
3.7.3.Uji Normalitas Data.....	64
3.7.4. Uji Heteroskedastisitas .....	64
3.7.5. Uji Multikolinearitas .....	65
3.8.1. Regresi Linear Sederhana.....	65
3.8.2. Uji Koefisien Determinasi.....	67
 BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	68
4.1. Analisis Hasil Penelitian .....	68
4.1.1.Analisis Gambaran Responden Penelitian .....	68
4.1.2. Analisis Uji Validitas .....	70
4.1.3. Analisis Uji Reliabilitas.....	72
4.1.4. Analisis Tanggapan Responden .....	73
4.1.4.1. Analisis Tanggapan Responden untuk Sense Experience .....	73
4.1.4.2. Analisis Tanggapan Responden untuk Feel Experience.....	77
4.1.4.2. Analisis Tanggapan Responden untuk Think Experience .....	80
4.1.4.5. Analisis Tanggapan Responden untuk Relate Experience .....	86
4.1.4.6. Analisis Tanggapan Responden untuk Loyalitas Konsumen ...	88
4.1.4. Analisis Uji Normalitas Data .....	102
4.1.7. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	106
4.1.8. Analisis Uji Regresi Linier Sederhana (Uji t) .....	107

4.1.9. Analisis Koefisien Determinasi .....	109
4.2. Pembahasan.....	110
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....	113
5.1. Kesimpulan .....	113
5.2. Implikasi Manajerial .....	113
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	114
5.4. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA .....	116



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Gambaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2. Gambaran Responden berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3. Gambaran Responden berdasarkan Apakah saudara pernah mengunjungi Glamping Legok Kondang Lodge dalam jangka waktu 6 bulan terakhir?.....	69
Tabel 4.4. Gambaran Responden berdasarkan Seberapa sering saudara mengunjungi Glamping Legok Kondang Lodge dalam jangka waktu 1 tahun? .....	70
Tabel 4.5. Uji Hipotesis .....	71
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas .....	73
Tabel 4.7. tanggapan responden untuk pernyataan Lingkungan Glamping Legok Kondang Lodge melibatkan seluruh panca indra.....	73
Tabel 4.8. tanggapan responden untuk pernyataan Saya menyukai desain dan dekorasi tempat Glamping Legok Kondang Lodge .....	74
Tabel 4.9. tanggapan responden untuk pernyataan Saya merasa nyaman Saat menggunakan furnitur di Glamping Legok Kondang Lodge .....	74
Tabel 4.10. tanggapan responden untuk pernyataan Saya menikmati rasa makanan dan minuman yang disediakan oleh Glamping Legok Kondang Lodge .....	75
Tabel 4.11. tanggapan responden untuk pernyataan Saya menikmati aroma makanan dan minuman yang disediakan oleh Glamping Legok Kondang Lodge .....	75
Tabel 4.12. tanggapan responden untuk pernyataan Desain interior Glamping Legok Kondang Lodge saya rasa menjaga kerahasiaan dan privasi konsumen .....	76
Tabel 4.13. tanggapan responden untuk pernyataan Glamping Legok Kondang Lodge memiliki instalasi yang luas, modern, dan bersih .....	76
Tabel 4.14. tanggapan responden untuk pernyataan Properti Glamping Legok Kondang Lodge ini memiliki lokasi yang baik .....	77

Tabel 4.15. tanggapan responden untuk pernyataan Kinerja keseluruhan Glamping Legok Kondang Lodge menempatkan saya dalam suasana hati yang nyaman .....	77
Tabel 4.16. tanggapan responden untuk pernyataan Kinerja keseluruhan Glamping Legok Kondang Lodge mendorong munculnya rasa puas .....	78
Tabel 4.17. tanggapan responden untuk pernyataan Saya merasa senang dengan kinerja keseluruhan Glamping Legok Kondang Lodge .....	78
Tabel 4.18. tanggapan responden untuk pernyataan Saya nyaman dengan layanan Glamping Legok Kondang Lodge yang saya terima .....	79
Tabel 4.19. tanggapan responden untuk pernyataan karyawan Glamping Legok Kondang Lodge selalu bersedia memenuhi keinginan saya sebagai pelanggan, produk apa pun yang ingin saya beli .....	79
Tabel 4.20. tanggapan responden untuk pernyataan Saya merasa santai berada di lingkungan Glamping Legok Kondang Lodge .....	80
Tabel 4.21. tanggapan responden untuk pernyataan Karyawan Glamping Legok Kondang Lodge tidak mendesak saya untuk memutuskan dengan cepat .....	80
Tabel 4.22. tanggapan responden untuk pernyataan Kinerja Glamping Legok Kondang Lodge merangsang rasa keingintahuan saya .....	81
Tabel 4.23. tanggapan responden untuk pernyataan Kinerja Glamping Legok Kondang Lodge merangsang imajinasi saya.....	81
Tabel 4.24. tanggapan responden untuk pernyataan Kinerja Glamping Legok Kondang Lodge merangsang pemikiran saya .....	82
Tabel 4.25. tanggapan responden untuk pernyataan Kinerja Glamping Legok Kondang Lodge memberikan hasil yang baik untuk harga yang dibayarkan ..	82
Tabel 4.26. tanggapan responden untuk pernyataan Kinerja Glamping Legok Kondang Lodge masuk akal untuk Total biaya yang harus saya bayarkan ..	83
Tabel 4.27. tanggapan responden untuk pernyataan Glamping Legok Kondang Lodge membuat saya berpikir tentang kegiatan sosial .....	83
Tabel 4.28. tanggapan responden untuk pernyataan Glamping Legok Kondang Lodge mewakili gaya hidup saya.....	84

Tabel 4.29. tanggapan responden untuk pernyataan Glamping Legok Kondang Lodge membuat saya memikirkan cara hidup alternatif .....	84
Tabel 4.30. tanggapan responden untuk pernyataan Glamping Legok Kondang Lodge mengingatkan saya pada aktivitas menyenangkan yang dapat saya lakukan .....	85
Tabel 4.31. tanggapan responden untuk pernyataan Kinerja Glamping Legok Kondang Lodge membuat saya merasa penasaran.....	85
Tabel 4.32. tanggapan responden untuk pernyataan Harga yang ditawarkan Glamping Legok Kondang Lodge menjadi dasar pengambilan keputusan saya untuk memilih Glamping Legok Kondang Lodge .....	86
Tabel 4.33. tanggapan responden untuk pernyataan Saya dapat mengembangkan hubungan saya dengan orang yang saya sukai di lingkungan Glamping Legok Kondang Lodge.....	86
Tabel 4.34. tanggapan responden untuk pernyataan Glamping Legok Kondang Lodge dikenal baik di lingkungan sosial.....	87
Tabel 4.35. tanggapan responden untuk pernyataan Banyak orang yang saya kenal mengunjungi Glamping Legok Kondang Lodge .....	87
Tabel 4.36. tanggapan responden untuk pernyataan Fakta bahwa saya datang ke sini membuat saya dihargai oleh orang yang saya kenal .....	88
Tabel 4.37. tanggapan responden untuk pernyataan saya akan datang lagi ke Glamping Legok Kondang Lodge pada kesempatan berikutnya .....	88
Tabel 4.38. tanggapan responden untuk pernyataan Di masa mendatang, saya akan menganggap Glamping Legok Kondang Lodge sebagai lokasi yang akan saya kenang .....	89
Tabel 4.39. tanggapan responden untuk pernyataan Saya bermaksud untuk melanjutkan hubungan pembelian dengan Glamping Legok Kondang Lodge	89
Tabel 4.40. tanggapan responden untuk pernyataan Saya menggunakan produk / layanan dari Glamping Legok Kondang Lodge karena itu adalah pilihan terbaik bagi saya.....	90

Tabel 4.41. tanggapan responden untuk pernyataan Jika saya harus mengulanginya lagi, saya akan membeli produk / layanan dari Glamping Legok Kondang Lodge.....	90
Tabel 4.42. tanggapan responden untuk pernyataan Saya berniat untuk tetap membeli produk / layanan dari Glamping Legok Kondang Lodge.....	91
Tabel 4.43. tanggapan responden untuk pernyataan Saya akan selalu datang dg keluarga ke Glamping Legok Kondang Lodge. ....	91
Tabel 4.44. tanggapan responden untuk pernyataan Saya akan terus mengunjungi Glamping Legok Kondang Lodge meskipun harganya meningkat.	
.....	92
Tabel 4.45. tanggapan responden untuk pernyataan Saya akan terus mengunjungi Glamping Legok Kondang Lodge karena harganya terjangkau	92
Tabel 4.46. tanggapan responden untuk pernyataan Saya akan terus mengunjungi Glamping Legok Kondang Lodge karena harganya lebih murah dibanding dengan wisata sejenis .....	93
Tabel 4.47. tanggapan responden untuk pernyataan Saya akan terus mengunjungi Glamping Legok Kondang Lodge karena adanya diskon yang menarik.....	93
Tabel 4.48. tanggapan responden untuk pernyataan Saya akan terus mengunjungi Glamping Legok Kondang Lodge karena adanya paket menginap yang lebih murah dibanding pesaing.....	94
Tabel 4.49. tanggapan responden untuk pernyataan Saya dengan senang hati mengunjungi Glamping Legok Kondang Lodge saat ada program promosi yang menarik.....	94
Tabel 4.50. tanggapan responden untuk pernyataan Glamping Legok Kondang Lodge menawarkan paket-paket menginap yang mendorong saya kembali di kemudian hari.....	95
Tabel 4.51. tanggapan responden untuk pernyataan Saya tidak akan beralih ke pesaing, bahkan jika saya memiliki masalah dengan produk / layanan Glamping Legok Kondang Lodge.....	95

Tabel 4.52. tanggapan responden untuk pernyataan Saya akan memilih Glamping Legok Kondang Lodge meski berbeda dari merek pesaing. ....	96
Tabel 4.53. tanggapan responden untuk pernyataan Saya memiliki hubungan emosional yang positif dengan Glamping Legok Kondang Lodge, karena saya merasakan adanya kenangan indah .....	96
Tabel 4.54. tanggapan responden untuk pernyataan Saya berkomitmen pada Glamping Legok Kondang Lodge.....	97
Tabel 4.55. tanggapan responden untuk pernyataan Saya selalu ingin datang ke Glamping Legok Kondang Lodge karena saya ingin, bukan karena saya harus.	
.....	97
Tabel 4.56. tanggapan responden untuk pernyataan Saya menganggap diri saya sebagai konsumen setia Glamping Legok Kondang Lodge.....	98
Tabel 4.57. tanggapan responden untuk pernyataan Jika saya membutuhkan jenis layanan penginapan, saya akan memilih Glamping Legok Kondang Lodge.....	98
Tabel 4.58. tanggapan responden untuk pernyataan Saya akan merekomendasikan Glamping Legok Kondang Lodge kepada teman atau kenalan yang mencari penginapan .....	99
Tabel 4.59. tanggapan responden untuk pernyataan Saya mengatakan hal-hal positif tentang Glamping Legok Kondang Lodge kepada orang lain. ....	99
Tabel 4.60. tanggapan responden untuk pernyataan Saya merekomendasikan Glamping Legok Kondang Lodge kepada teman atau keluarga yang meminta saran saya. ....	100
Tabel 4.61. tanggapan responden untuk pernyataan Saya mengajak keluarga saya menginap di merekomendasikan Glamping Legok Kondang Lodge.....	100
Tabel 4.62. tanggapan responden untuk pernyataan Saya memberikan saran kepada rekan-rekan saya untuk menginap di merekomendasikan Glamping Legok Kondang Lodge .....	101
Tabel 4.63. tanggapan responden untuk pernyataan Saya memberikan informasi mengenai merekomendasikan Glamping Legok Kondang Lodge pada orang lain yang membutuhkan .....	101

Tabel 4.64. tanggapan responden untuk pernyataan Saya memberikan saran bagi teman dan keluarga untuk dapat menginap di merekomendasikan Glamping Legok Kondang Lodge di kemudian hari.....	102
Tabel 4.65. Uji Normalitas.....	103
Tabel 4.66. Uji Multikolinearitas .....	105
Tabel 4.67. Uji Regresi Linier Sederhana .....	106
Tabel 4.68. Uji Regresi Linier Sederhana .....	108
Tabel 4.68. Uji Koefisien Determinasi .....	109

