



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA SEPEDA MOTOR MERK HONDA DI  
*DEALER CV. KARUNIA SEJAHTERA MOTOR*  
BALUNG TAHUN 2013**

**SKRIPSI**

Oleh:

**SETYA NUGRAHA  
NIM 080210301013**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2014**



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA SEPEDA MOTOR MERK HONDA DI  
*DEALER CV. KARUNIA SEJAHTERA MOTOR*  
BALUNG TAHUN 2013**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

**SETYA NUGRAHA  
NIM 080210301013**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2014**

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga pada Sang Pencipta, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ibunda *Sri Rahayu* dan Ayahanda *Wahyudi* yang telah memberikan kasih sayang, arahan, dukungan, semangat, pengorbanan, dan doa yang tiada henti untuk keberhasilan studiku yang kuraih hingga saat ini;
2. Kakakku *Yonatan Yudistira* serta adikku *Silvia Anggraeni* terima kasih atas perhatian dan motivasi yang diberikan kepadaku.
3. Almamater Pendidikan Ekonomi - FKIP - Universitas Jember yang saya banggakan;
4. Bapak/Ibu Guruku mulai tingkat TK, SD, SLTP, dan SMA, dan Bapak/Ibu Dosenku tercinta di Pendidikan Ekonomi – FKIP - Universitas Jember, serta semua orang yang telah dengan tulus memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan dan tanpa pamrih;

## MOTTO

“ Allah memberi rezeki kepada hambaNya sesuai dengan kegiatan dan kemauan  
kerasnya serta ambisinya”  
(HR. Aththusi) \*)

“Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena  
didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk  
berhasil”  
(Mario Teguh)\*\*)

---

\*) Almath, M. F. 1991. 1100 Hadist terpilih. Jakarta: Gema Insani

\*\*\*) Mario Teguh

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Setya Nugraha

NIM : 080210301013

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “*Pengaruh Experiential Marketing terhadap loyalitas pelanggan pada Sepeda Motor Merk Honda di Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung Tahun 2013*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 14 Februari 2014

Yang menyatakan,

Setya Nugraha

NIM 080210301013

## **SKRIPSI**

### **PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SEPEDA MOTOR MERK HONDA DI *DEALER CV.* KARUNIA SEJAHTERA MOTOR BALUNG TAHUN 2013**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

Nama : Setya Nugraha  
NIM : 080210301013  
Angkatan tahun : 2008  
Tempat, tanggal lahir : Jember, 28 Desember 1990  
Jurusan/ program : P. IPS/ P. Ekonomi

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Sutrisno Djaja. M.M

Drs. Djoko Widodo, M.M

NIP. 19540302 198601 1 001

NIP. 19600217 198603 1 003

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “*Pengaruh Experiential Marketing terhadap loyalitas pelanggan pada Sepeda Motor Merk Honda di Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung Tahun 2013*” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

Hari, tanggal : Jumat, 14 Februari 2014

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Drs. Sutrisno Djaja, M.M  
NIP. 19540302 198601 1 001

Drs. Djoko Widodo, M.M  
NIP. 19600217 198603 1 003

Anggota :

1. Drs. Pudjo Suharso, M.Si  
NIP. 19591116 198601 1 001  
1.( ..... )
2. Prof. Dr. Bambang Hari P, MA  
NIP. 196201121 198702 1 003  
2.( ..... )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd  
NIP. 19540501 198303 1 005

## RINGKASAN

**“Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Sepeda Motor Merk Honda di Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung Tahun 2013”**. Setya Nugraha, 080210301013; 2014: 65 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Kegiatan pemasaran saat ini terus mengalami perkembangan dan banyak mengalami perubahan, dari konsep pemasaran konvensional menuju konsep pemasaran modern. Adanya para pemilik usaha yang semakin banyak di berbagai daerah di Indonesia membuat pemilik usaha tersebut untuk terus melakukan berbagai upaya/strategi guna menghadapi persaingan tersebut, seperti halnya pada industri sepeda motor. Berdasarkan data penjualan yang dikeluarkan oleh Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) pada tahun 2013, sepeda motor merk Honda yang terus bersaing dengan rival klasiknya Yamaha diikuti dengan Suzuki.

Adanya keadaan tersebut menandakan bahwa minat konsumen dalam membeli sepeda motor sangat tinggi, sehingga membuat banyak *Dealer* sepeda motor melakukan berbagai usaha guna meningkatkan penjualan guna menghadapi persaingan yang semakin ketat. Begitu halnya pada *Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung*. Sehingga untuk dapat menghadapi persaingan antar pemilik *Dealer* yang semakin ketat, pihak CV. Karunia Sejahtera Motor Balung menerapkan *Experiential Marketing* untuk menarik lebih banyak konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Sepeda Motor Merk Honda di *Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung Tahun 2013*”.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive*, sedangkan untuk menentukan responden penelitian menggunakan metode *purposive*. Untuk menentukan jumlah responden menggunakan metode *Accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode: angket, observasi, wawancara,



dan dokumen. Analisis data yang akan digunakan yaitu analisis deskriptif dan inferensial (yang terdiri: analisis garis regresi sederhana, analisis varian garis regresi, uji F, dan efektivitas garis regresi/koefisien determinasi) yang dibantu dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Experiential Marketing* sangat menentukan loyalitas pelanggan pada *Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung*. Hal tersebut terbukti dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yang mana hasil dari uji F diketahui bahwa variabel bebas *Experiential Marketing* secara keseluruhan mempengaruhi variabel terikat (loyalitas pelanggan). Dibuktikan dengan hasil perhitungan uji F yaitu  $F_{hitung} = 138,493 > F_{tabel} = 4,043$  dan  $0,05 > \text{Sig F} = 0,000$ . Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Experiential Marketing* secara mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung*. Berdasarkan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) besarnya pengaruh tersebut adalah sebesar 74,3%.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah ada pengaruh yang signifikan variabel *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Sepeda Motor Merk Honda di *Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung Tahun 2013* yaitu sebesar 74,3%. sedangkan sisanya yaitu 25,7% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti, seperti harga, lokasi, promosi, dan lain-lain.

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak yaitu, bagi pihak *Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung*, untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan serta kualitas produk guna memaksimalkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Experiential Marketing*, Loyalitas Pelanggan, Sepeda Motor Merk Honda

## PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Sepeda Motor Merk Honda di Dealer CV. Karunia Sejahtera Motor Balung Tahun 2013”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
2. Drs. Pudjo Suharso, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Sukidin, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Sutrisno Djaja, M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi;
5. Drs. Pudjo Suharso, M.Si selaku dosen pembahas dan Prof. Dr. Bambang Hari P, MA selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
6. Seluruh dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
7. Manager dealer CV. Karunia Sejahtera Motor balung beserta karyawan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini;

8. Kekasihku Rusita Kusuma Wardani terima kasih atas perhatian dan dorongan semangatnya;
9. Sahabat-sahabatku Robi, Abad, Dany Eka, Dani Darma, Risna, Heni, Ana terima kasih atas bantuan dan dorongan semangatnya;
10. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi angkatan 2008 yang senasib dan seperjuangan;
11. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 14 Februari 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DENAH LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Landasan Teori.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.1 Konsep pemasaran .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2.2 Manajemen Pemasaran.....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Experiential Marketing.....</b>	<b>12</b>
<b>2.3.1 Indikator Experiential Marketing.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4 Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>20</b>

<b>2.5 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan</b>	24
<b>2.6 Kerangka Konseptual</b> .....	27
<b>2.7 Hipotesis Penelitian</b> .....	27
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b> .....	29
<b>3.1 Rancangan Penelitian</b> .....	29
<b>3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian</b> .....	29
<b>3.3 Metode Penentuan Responden</b> .....	30
3.3.1 Populasi dan sampel Penelitian .....	30
<b>3.4 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel</b> .....	31
3.4.1 Identifikasi Variabel.....	31
3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	31
3.4.2.1 <i>Experientiel Marketing</i> (variabel X).....	31
3.4.2.1 Loyalitas Pelanggan (variabel Y).....	32
<b>3.5 Jenis dan Sumber Data</b> .....	33
3.5.1 Jenis Data .....	33
3.5.2 Sumber Data.....	33
<b>3.6 Metode Pengumpulan Data</b> .....	33
3.6.1 Metode Angket.....	34
3.6.2 Metode Observasi.....	34
3.6.3 Metode Wawancara.....	34
3.6.4 Metode Dokumen.....	35
<b>3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian</b> .....	35
3.7.1 Uji Validitas .....	35
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	36
<b>3.8 Metode Pengolahan Data</b> .....	38
3.8.1 Editing .....	38
3.8.2 Skoring .....	39
3.8.3 Tabulasi .....	39
<b>3.9 Metode Analisis Data</b> .....	39

3.9.1 Analisis Deskriptif .....	40
3.9.2 Analisis Inferensial.....	40
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	46
<b>4.1 Data Pelengkap</b> .....	46
4.1.1 Sejarah Singkat Lokasi Penelitian.....	46
<b>4.2 Data Utama</b> .....	46
4.2.1 Gambaran Umum Responden .....	46
4.2.2 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	47
<b>4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian</b> .....	47
4.2.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	48
4.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	49
<b>4.4 Analisis Data</b> .....	51
4.4.1 Analisis Deskriptif .....	51
4.4.2 Analisis Garis Regresi Sederhana.....	54
4.4.3 Analisis Inferensial.....	56
<b>4.5 Pembahasan</b> .....	60
4.5.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> (X) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	61
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	65
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran.....	65
<b>DAFTAR BACAAN</b> .....	66
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Penjualan Sepeda Motor di <i>Dealer</i> CV. Karunia Sejahtera Motor Balung Pada Tahun 2013.....	2
Tabel 3.1 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	38
Tabel 3.2 Pedoman untuk Memberikan Tnterpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	43
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Jumlah Nilai Angket.....	47
Tabel 4.3 Hasil uji Validitas <i>Experiential Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	48
Tabel 4.4 Tingkat Hubungan.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji reliabilitas.....	50
Tabel 4.6 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen.....	50
Tabel 4.7 Hasil Analisis Garis Regresi Sederhana.....	57
Tabel 4.8 Rekapitulasi <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	58
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil SPSS untuk Uji F.....	58

**DAFTAR GAMBAR**

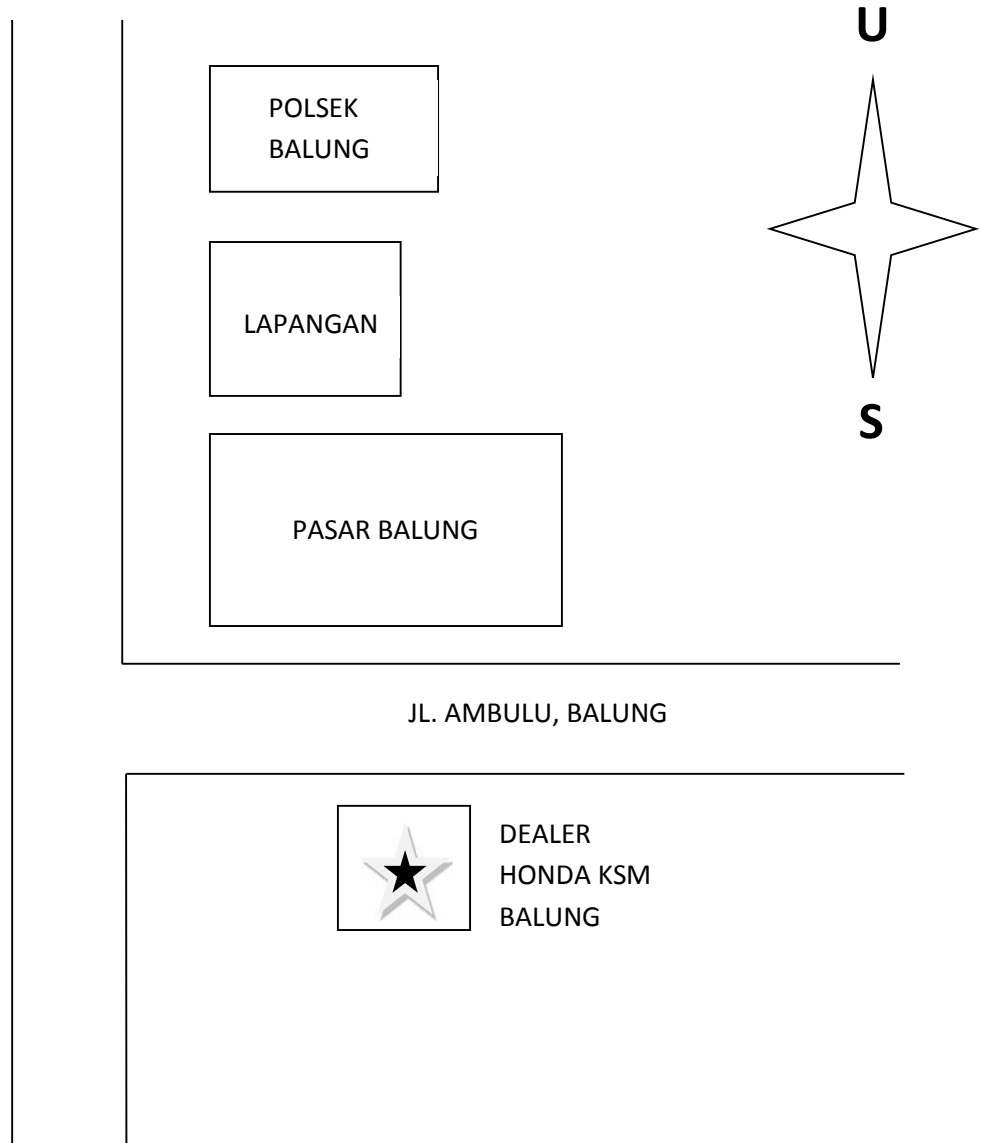
Gambar	Peta Lokasi Penelitian.....	xvii
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Penelitian .....	27



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Matrik Penelitian .....	68
Lampiran B Tuntunan Penelitian .....	69
Lampiran C Angket Penelitian.....	71
Lampiran D Pedoman Wawancara.....	77
Lampiran E Hasil Wawancara Dengan Responden .....	78
Lampiran F Hasil Wawancara Dengan Karyawan.....	80
Lampiran G Hasil Angket <i>Experiential Marketing</i> .....	82
Lampiran H Hasil Angket Loyalitas Pelanggan .....	84
Lampiran I Hasil Analisis Data .....	86
Lampiran J Nilai-nilai Kritis koefisien (r). .....	101
Lampiran K Tabel F.....	102
Lampiran L Surat Izin Penelitian .....	105
Lampiran M Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	106
Lampiran N Lembar Konsultasi.....	107
Lampiran O Daftar Riwayat Hidup.....	109
Lampiran P Dokumentasi .....	110

### PETA LOKASI DEALER CV.KARUNIA SEJAHTERA MOTOR BALUNG



*Sumber : Setya Nugraha*