

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP  
MINAT BELI ULANG KONSUMEN  
DI BATIK BENANG RATU MAJAPAHIT SEMARANG**

**SKRIPSI**

Memenuhi Persyaratan  
Untuk Mencapai Derajat Sarjana S-1  
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

**DEVINTA PRIYUANA SARI**

NPM : 201003612012157

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL* MARKETING TERHADAP MINAT BELI  
ULANG KONSUMEN  
DI BATIK BENANG RATU MAJAPAHIT SEMARANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh

**DEVINTA PRIYUANA SARI**

NPM. 201003612012157

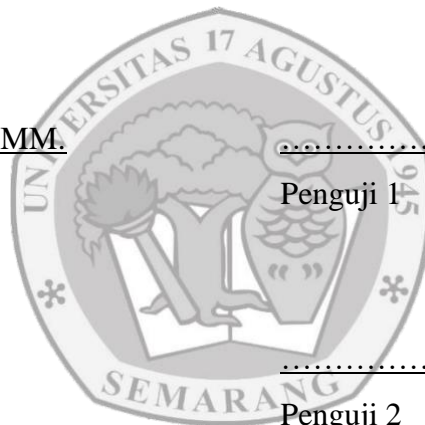
Telah Dipertahankan di depan Dosen Penguji

Pada Tanggal Maret 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Imam Ghozali, S.E., MM.

Pembimbing



Penguji 1

Penguji 2

Semarang, ... Februari 2024

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Dekan,

Drs. Galuh Juniarto, S.E., M.M.

NRP: 113116

## HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

### PERSEMBAHAN

Segala puji syukur Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Orang tua tercinta Bapak Supriyadi dan Ibu Yulianah yang telah mendidik, mendoakan, dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana.
2. Saudara penulis Dilis Priyuana Hutama S,pd., dan Devanti Priyuana Sari S.H yang selalu mendukung penulis untuk semangat mengerjakan skripsi.
3. Terimakasih untuk teman-teman Fakultas Manajemen angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman selama di bangku kuliah.
4. Terima kasih untuk diri sendiri. Terima kasih sudah menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terima kasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah mau memustikan untuk menyerah, kamu hebat.

### MOTTO

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengana kadar kesanggupannya.” (QS.Al Baqarah: 286)

“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar, keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang berusaha.” (B.J Habibie)

“Tetaplah menjadi dirimu dan banggalah atas apa yang telah kamu usahakan.”(Penulis)

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>I-1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	I-1
1.2. Rumusan Masalah .....	I-4
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	I-4
1.4. Tujuan Penelitian.....	I-4
1.5. Manfaat Penelitian.....	I-5
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	I-5
1.5.2. Manfaat Praktis .....	I-5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>II-1</b>
2.1. Telaah Teori.....	II-1
2.1.1. <i>Experiential Marketing</i> .....	II-1
2.1.2. Minat Beli Ulang .....	II-6
2.2. Penelitian Terdahulu.....	II-9
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis .....	II-12
2.3.1. Pengaruh Rasa ( <i>Sense</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	II-13
2.3.2. Pengaruh Perasaan ( <i>Feel</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	II-13

2.3.3. Pengaruh Pikiran ( <i>Think</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	II-14
2.3.4. Pengaruh Tindakan ( <i>Act</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	II-14
2.3.5. Pengaruh Hubungan ( <i>Relate</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	II-15
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>III-1</b>
3.1. Populasi .....	III-1
3.2. Sampel .....	III-1
3.3. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel.....	III-2
3.3.1. Variabel Penelitian.....	III-2
3.3.2. Pengukuran Variabel .....	III-2
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	III-4
3.4.1. Data Primer .....	III-4
3.4.2. Data Sekunder.....	III-5
3.5. Pengujian Instrumen Penelitian.....	III-5
3.5.1. Uji Validitas .....	III-5
3.5.2. Uji Realibilitas .....	III-6
3.6. Teknik Analisis Data .....	III-7
3.6.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	III-7
3.6.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	III-7
3.6.3. Analisis PLS .....	III-7
3.6.4. Analisis Statistik Data.....	III-8
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>IV-1</b>
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	IV-1
4.1.1. Deskripsi Hasil Responden.....	IV-1
4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	IV-3
4.2. Analisis PLS .....	IV-10
4.2.1. Pengujian <i>Outer Model</i> .....	IV-10
4.2.2. Pengujian Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	IV-13
4.3. Uji Hipotesis .....	IV-15
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	IV-17

4.4.1. Pengaruh Rasa ( <i>Sense</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	IV-17
4.4.2. Pengaruh Perasaan ( <i>Feel</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	IV-18
4.4.3. Pengaruh Pikiran ( <i>Think</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	IV-19
4.4.4. Pengaruh Tindakan ( <i>Act</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	IV-20
4.4.5. Pengaruh Hubungan ( <i>Relate</i> ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	IV-20
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>V-1</b>
5.1. Kesimpulan .....	V-1
5.2. Saran .....	V-1
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Pembeli di Batik Benang Ratu Majapahit Semarang.....	I-3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	II-9
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	III-2
Tabel 3.2 Uji Validitas .....	III-5
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas .....	III-6
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	IV-2
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Usia .....	IV-2
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Pendidikan .....	IV-3
Tabel 4.4 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Pernyataan Rasa ( <i>Sense</i> ).	IV-3
Tabel 4.5 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Pernyataan Perasaan ( <i>Feel</i> ) .....	IV-4
Tabel 4.6 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Pernyataan Pikiran ( <i>Think</i> ) .....	IV-5
Tabel 4.7 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Pernyataan Tindakan ( <i>Act</i> ) .....	IV-6
Tabel 4.8 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Pernyataan Hubungan ( <i>Relate</i> ) .....	IV-8
Tabel 4.9 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Pernyataan Minat Beli Ulang Konsumen .....	IV-9
Tabel 4.10 <i>Loading Factor</i> .....	IV-11
Tabel 4.11 Nilai AVE .....	IV-12
Tabel 4.12 <i>Cross Loading - Discriminant Validity</i> .....	IV-12
Tabel 4.13 <i>Composite Reliability</i> .....	IV-13
Tabel 4.14 <i>Path Coefficients</i> (Mean, STDEV, t-Value) .....	IV-14
Tabel 4.15 <i>R Square</i> .....	IV-14
Tabel 4.16 SRMR .....	IV-15
Tabel 4.17 Uji Hipotesis .....	IV-16

## DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	II-16
Gambar 4.1 Hasil Model PLS Alogrithm .....	IV-10



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Olah Data

Lampiran 4. Tabel r

