

**PERAN EXPERIENTIAL MARKETING DAN LOKASI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI MINIMARKET  
INTAN PERMAI SAMBIROTO SEMARANG**

**SKRIPSI**

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



Diajukan Oleh :

**LINGGA BASKARA ADHIPURWO**  
NPM. 211003612012437

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

**2023**

**PERAN EXPERIENTIAL MARKETING DAN LOKASI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI MINIMARKET  
INTAN PERMAI SAMBIROTO SEMARANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**LINGGA BASKARA ADHIPURWO**  
NPM. 211003612012437

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji  
**Pada tanggal : 27 September 2023**  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Penguji 1

Pembimbing

**(Prof.Dr. Gita Sugiyarti,MSi)**  
NRP : 111361

**Drs.Syahtri Wardhana P,S.E.M.M.**  
NRP : 1113133

Penguji 2

**(Dr.Adi Ekopriyono,M.Si)**  
NRP : 1113142

Semarang, Oktober 2023  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang  
Dekan

**Dra. Nurchayati, SE.MM,Akt,CA**  
NRP: 111357

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Hidup adalah proses pembelajaran tiada henti”*

*“Dimana ada kemauan di tempat tersebut pasti ada jalan”*

*Skripsi ini saya persembahkan kepada:*

- 1. Orang tua tercinta dan seluruh orang terdekat yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.*
- 2. Seluruh sahabat dan teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNTAG Semarang, terima kasih atas kenangan yang telah diberikan*
- 3. Almamater UNTAG Semarang.*
- 4. Pengelola Minimarket Intan Permai Sambiroto Semarang.*

Judul : Peran Experiential Marketing dan lokasi terhadap Loyalitas pelanggan di minimarket Intan Permai Sambiroto Semarang

Title : *The role of Experiential Marketing and location on customer loyalty at the Intan Permai Sambiroto Semarang minimarket*

Nama : Lingga Baskara Adhipurwo

NPM : 211003612012437

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran experiential marketing dan Lokasi terhadap loyalitas pada Minimarket Intan Permai Sambiroto Semarang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah pelanggan yang aktif atau setidaknya melakukan pembelian minimal sebanyak 2 kali dalam jangka waktu 6 bulan ( Juli - Desember ) terakhir sejak pembuatan kartu anggota pada bulan Januari 2022 dengan ukuran jumlah sampel yang digunakan sebesar 76 responden, dan teknik pengambilan sampel menggunakan *stratified random sampling*. Sumber data yang digunakan adalah data primer, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) experiential marketing tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (3) Hasil uji regresi berganda experiential marketing dan lokasi berpengaruh secara positif dan moderat terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Lokasi dan Loyalitas Pelanggan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Peran Experiential Marketing dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan di Minimarket Intan Permai Sambiroto Semarang**

Penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu pada penulis mengucapkan terima kasih kepada Yth:

1. Dra. Nurchayati, SE.MM.Akt.CA, Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
2. Drs. Galuh Juniarto, SE,MM, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
3. Drs. Syahtri Wardana Priyambodo, S.E.M.M, dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan petunjuk serta bimbingan, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengasuh serta memberikan bekal ilmu, selama penulis kuliah pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
5. Pemilik dan seluruh karyawan / karyawan/Minimarket Intan Permai Sambiroto Semarang, yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

6. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan motivasi, doa, dan kasih sayang, serta dorongan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dan menyelesaikan studi di Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
7. Seluruh responden yang telah memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan tersebut diatas. Akhirnya semoga skripsi ini ada manfaatnya.

Semarang, Oktober 2023

Penulis

**LINGGA BASKARA ADHIPURWO**  
**NPM. 211003612012437**

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	I-1
1.2. Rumusan Masalah .....	I-16
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	I-16
1.4. Tujuan Penelitian .....	I-16
1.5. Manfaat Penelitian .....	I-16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Telaah Teori .....	II-1
2.1.1. Experiential Marketing.....	II-1
2.1.2. Lokasi.....	II-4
2.1.3. Loyalitas Pelanggan .....	II-6
2.2. Penelitian Terdahulu .....	II-8
2.3. Kerangka Pemikiran Teoretis dan Rumusan Hipotesis .....	II-16
2.3.1. Peran Experiential marketing terhadap Loyalitas pelanggan.....	II-16
2.3.2. Peran Lokasi terhadap Loyalitas pelanggan.....	II-16

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel .....	III-1
3.2. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel .....	III-3
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	III-6
3.4. Uji Instrumen Penelitian .....	III-7
3.4.1. Uji Validitas .....	III-8
3.4.2. Uji Reliabilitas .....	III-8
3.5. Deskripsi dan Analisis Hasil Penelitian .....	III-9
3.5.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	III-9
3.5.2. Analisis Hasil Penelitian .....	III-9
3.5.2.1. Uji Normalitas.....	III-10
3.5.2.2. Uji Hipotesis.....	III-10
3.5.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	III-10
3.5.2.4. Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	III-12

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	IV-1
4.1.1. Deskripsi Responden Penelitian .....	IV-1
4.1.1.1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	IV-1
4.1.1.2. Responden berdasarkan Usia .....	IV-2
4.1.1.3. Responden berdasarkan Pendidikan .....	IV-2
4.1.1.4. Responden berdasarkan Pekerjaan .....	IV-3
4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	IV-4
4.1.2.1. Variabel Experiential marketing.....	IV-4
4.1.2.2. Variabel Lokasi.....	IV-6
4.1.2.3. Variabel Loyalitas pelanggan.....	IV-8
4.2. Analisis Hasil Penelitian .....	IV-10
4.2.1. Uji Normalitas .....	IV-10
4.2.2. Uji Asumsi Klasik .....	IV-10
4.2.2.1 Uji Multikolinearitas .....	IV-11
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	IV-11
4.2.3. Uji Regresi linier Berganda.....	IV-12
4.2.4. Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	IV-13



4.2.4.1. Koefisien Determinasi .....	IV-13
4.2.4.2. Uji Statistik F .....	IV-14
4.2.5. Uji Hipotesis .....	IV-15
4.3. Pembahasan .....	IV-16
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	V-1
5.2. Saran .....	V-4
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	