

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PELANGGAN CAFE WAKTU LUANG DI AIR BATU

SKRIPSI

Disusun Oleh :

LILY NUR INDAHSARI

NIM. 0506183059

Program Studi :

MANAJEMEN



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2023 M/1444 H**

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PELANGGAN CAFE WAKTU LUANG DI AIR BATU

Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Disusun Oleh :

LILY NUR INDAHSAARI

NIM. 0506183059

**Program Studi :
MANAJEMEN**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2023 M/1444 H**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lily Nur Indahsari
Nim : 0506183059
Tempat/Tanggal Lahir : Desa Baru, 09November 2000
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Dusun IV Desa Baru

Menyatakan Dengan Sebenarnya Bahwa Skripsi Yang Berjudul "**PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN CAFE WAKTU LUANG DI AIR BATU**" nemar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 25 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan



Lily Nur Indahsari

NIM. 0506183059

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Berjudul

“PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PELANGGAN CAFE WAKTU LUANG DI AIR BATU”

Oleh :

Lily Nur Indahsari

NIM. 0506183059

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada Program Studi Manajemen

Medan, 25 Januari 2023

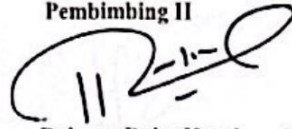
Pembimbing I



Dr. Muhammad Arif, MA

NIDN. 2112018501

Pembimbing II

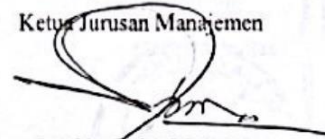


Rahmat Daim Harahap, M.Ak

NIDN. 0126099001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Nurbaiti, M.Kom

NIDN. 0108087908

PENGESAHAN


Skripsi berjudul "Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Customer Value* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Cutomer Satisfaction* sebagai *Variabel Intervening* Pada Pelanggan Cafe Waktu Luang di Air Batu." Lily Nur Indahsari Nim: 0506183059 Prodi Manajemen telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 15 Febuari 2023. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Prodi Manajemen.

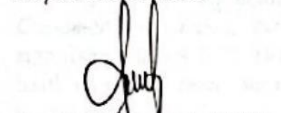
Medan, 5 Juni 2023

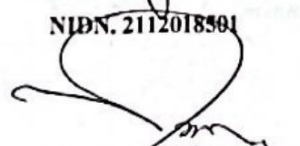
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Manajemen UINSU

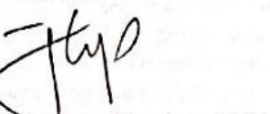
Ketua


Dr. Nurbaiti, M.Kom
NIDN. 0108087908


Dr. Muhammad Arif, MA
NIDN. 2112018501



Dr. Nurbaiti, M.Kom
NIDN. 0108087908

Sekretaris


Muhammad Ikhwan Harahap, M.EI
NIDN. 0105018901

Anggota



Rahmat Daim Harahap, M.Ak
NIDN. 0126099001


Laylan Syafina, M.Si
NIDN. 2027089103

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Lily Nur Indahsari (2023), NIM : 0506183059 Judul : “Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Customer Value* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai *Variabel Intervening* Pada Pelanggan Cafe Waktu Luang di Air Batu.” dibawah bimbingan I Bapak DR. Muhammad Arif, MA dan pembimbing II Bapak Rahmat Daim Harahap, M.Ak.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Customer Value* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai *Variabel Intervening* pada Pelanggan Cafe Waktu Luang di Air Batu, baik itu secara parsial maupun secara simultan, dan juga secara *path analysis*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode skala likert. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe Waktu Luang di Air Batu yang berjumlah 100 orang dan di ambil dengan menggunakan *aksidental sampling*. Teknik Analisa data melalui program IBM SPSS *statistic 25*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan untuk setiap uji parsial menyatakan signifikan dan berpengaruh positif antar variabel. Dimana dari hasil *statistic* menyatakan nilai $\alpha < 0,05$. Dalam uji *path analysis* juga menyatakan terdapat pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung pada setiap variabel yang dihubungkan melalui variabel *z*. Dan juga secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Experiential Marketing* dan *Customer Value* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui variabel *Customer Satisfaction*, berdasarkan pada nilai *F* hitung 317.643 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan koefisien determinasi yaitu sebesar 80,2%. Maka hasil dari penelitian, secara keseluruhan dalam uji parsial maupun simultan menyatakan bahwa berpengaruh dan signifikan.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, *Customer Value*, *Customer Loyalty*, dan *Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin, rasa syukur yang tak terhingga bagi yang Maha tak terbatas Allah SWT, penguasa alam yang senantiasa melimpahkan segala bentuk nikmat yang tak terbandung sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir (skripsi) atas izin-Nya. Rangkaian shalawat juga penulis haturkan kepada kekasih Allah SWT, yakni Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini berjudul, "Pengaruh Experiental Marketing dan Customer Value terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Cafe Waktu Luang di Air Batu" ditulis untuk memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Dalam menyusun tugas akhir ini, tentu tidak terlepas dari beberapa pihak yang senantiasa membantu dalam segala hal. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kedua orang tua saya yang tercinta, Ayahanda **Suriyadi** dan Ibunda **Endang Lili Suriyani** yang selalu memberikan kekuatan lahir dan batin kepada penulis dan tidak henti-hentinya mendorong serta memanjatkan doa untuk keselamatan dan keberhasilan penulis. Serta aliran do'a restu yang diberikan takkan pernah terhenti kepada penulis sepanjang hayat.

Dan saya juga berterimakasih kepada semua pihak yang telah meluangkan waktunya memberikan bantuan dan bimbingan, yaitu:

1. Bapak **Prof. Dr. Nurhayati, M.Ag** yang merupakan Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak **Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag** yang merupakan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Ibu **Dr. Nurbaiti, M.Kom** yang merupakan Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera

Utara, serta Bapak **Muhammad Ikhsan Harahap, M.E.I.**, selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

4. Bapak **Dr. Muhammad Arif M.A** yang merupakan pembimbing I dan Bapak **Rahmat Daim Harahap, M.A** selaku pembimbing II, yang telah membimbing dan mendampingi penulis dengan kemurahan hati dan sabar.
5. Ibu **Dr. Rahmi Syahriza, M.Thy** yang merupakan Pembimbing Akademik Penulis.
6. Untuk kaka tercinta **Suci Permata Sari S.P** dan abang tersayang **Wahyu Aditya** yang senantiasa ada untuk mendampingi penulis. Terima kasih telah menjadi motivator penulis.
7. Untuk anak uuuwwuuuu (Annisaa Putri Azzahra Nasution, Wahdatun Thoibah, Fitri Tia Ananda, Fitri Windari, dan Dina Audiva Adawiyah) sebagai sahabat perjuangan menjalani masa-masa perkuliahan. Serta seluruh rekan Stambuk 2018 yang bergabung dalam kelas Manajemen B/ MJ B, terima kasih karena sudah memberikan warna dan semoga kelak kita dapat bertemu di titik terbaik kita.
8. Kepada Pemilik Café Waktu Luang dan Bagian staff maupun konsumen Café Waktu Luang, terima kasih karena sudah mengizinkan dan selalu memberikan waktu untuk kebutuhan penyelesaian skripsi saya.
9. Kepada semua rekan yang tak mampu saya paparkan namanya, terima kasih untuk kalian yang sebesar-besarnya, dan terima kasih karena sudah menemani perjalanan menyelesaikan Strata 1 saya.

Semoga semua bantuan, bimbingan, arahan serta doa yang ddiberikan kepada penulis dapat dinilai ibadah dan mendapat Ridho oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari pembaca. Dan semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua oleh pihak yang membutuhkan.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 25 Januari 2023

Penulis,



Lily Nur Indahsari

NIM. 0506183059



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Masalah.....	6
F. Manfaat Masalah.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. <i>Customer Loyalty</i>	10
a. Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	10
b. <i>Customer Loyalty</i> Dalam Perspektif Islam.....	11
c. Manfaat <i>Customer Loyalty</i>	13
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	14
e. Indikator <i>Customer Loyalty</i>	15
3. <i>Experiential Marketing</i>	17
a. Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	17
b. <i>Experiential Marketing</i> Dalam Perspektif Islam	18
c. Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	19

d. Indikator <i>Experiential Marketing</i>	20
4. <i>Customer Value</i>	23
a. Pengertian <i>Customer Value</i>	23
b. <i>Customer Value</i> Dalam Perspektif Islam	23
c. Manfaat <i>Customer Value</i>	24
d. Indikator <i>Customer Value</i>	25
5. <i>Customer Satisfaction</i>	26
a. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	26
b. <i>Customer Satisfaction</i> Dalam Perspektif Islam	28
c. Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	30
d. Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	31
B. Kajian Terdahulu	32
C. Kerangka Teoritis	44
D. Hipotesis	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
A. Pendekatan Terdahulu	50
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	50
1. Lokasi Penelitian	50
2. Waktu Penelitian	50
C. Jenis dan Sumber Data	51
1. Jenis Data.....	51
2. Sumber Data	52
D. Populasi dan Sampel	52
1. Populasi	52
2. Sampel	52
E. Defenisi Operasional Variabel	52
1. Variabel <i>Independent</i>	53
2. Variabel <i>Dependent</i>	53
3. Variabel <i>Intervening</i>	53
F. Pengumpulan Data	56
G. Metode Analisis	57

1. Statistik Deskriptif.....	57
2. Uji Kualitas Data	58
a. Uji Validasi	58
b. Uji Reliabilitas	58
4. Uji Asumsi Klasik	59
a. Uji Normalitas.....	59
b. Uji Multikolinearitas	59
c. Uji Heteroskedastisitas	60
5. Uji Hipotesis	60
a. Uji Parsial (Uji T)	60
b. Uji Simultan (Uji F).....	61
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
6. Uji Analisis Regresi Linear Parsial	61
7. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	63
8. Uji Mediasi Dengan Sobel Tes	64
BAB IV PEMBAHASAN.....	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	66
1. Profil	66
2. Visi dan Misi.....	66
3. Produk Yang Dijual (jenis makanan yang dijual).....	66
4. Uji Kualitas Data.....	67
a. Uji Validitas	67
b. Uji Reliabilitas.....	68
5. Uji Asumsi Klasik.....	68
a. Uji Normalitas	68
b. Uji Multikolinearitas	69
c. Uji Heteroskedastisitas	70
6. Hasil Uji Hipotesis	71
a. Uji Parsial (Uji T).....	71
b. Uji Simultan (Uji F)	74
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75

7. Uji <i>Path Analisis</i>	76
8. Uji Analisis Regresi Linear Parsial.....	79
9. Uji Sobel	80
B. Pembahasan	81
1. Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Café Waktu Luang Air Batu	81
2. Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Café Waktu Luang Air Batu	82
3. Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> Terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> di Café Waktu Luang Air Batu	82
4. Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> di Café Waktu Luang Air Batu	83
5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> di Café Waktu Luang Air Batu	83
6. Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> di Café Waktu Luang Air Batu.....	84
7. Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> di Café Waktu Luang Air Batu.....	85
8. Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> dan <i>Customer Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> di Café Waktu Luang Air Batu	85
BAB V PENUTUP.....	86
a. Kesimpulan.....	86
b. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Pelanggan Bulan Oktober	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Table 3.1 Waktu Penelitian	51
Table 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	53
Table 3.3 Pedoman Pemberian Skor Skala <i>Likert</i>	59
Tabel 4.1 Jenis Responden.....	67
Tabel 4.2 Usia Responden.....	67
Tabel 4.3 Faktor Pelanggan Berkunjung.....	68
Table 4.4 Uji Validitas Penelitian	69
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	72
Tabel 4.8 Hasil Uji T (Uji Secara Parsial)	74
Tabel 4.9 Hasil Uji T (Uji Secara Parsial)	75
Tabel 4.10 Hasil Uji T (Uji Secara Parsial)	76
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)	78
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)	78
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	79
Tabel 4.14 Hasil Uji Path Analisis	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Persaingan Usaha (IPU) Indonesia	1
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	47
Gambar 3.1 <i>Path Analysis</i>	63
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Gambar 4.2 Hasil Uji Jalur Model I (<i>Path Anlysis</i>).....	81
Gambar 4.3 Hasil Uji Jalur Model II (<i>Path Anlysis</i>).....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	91
Lampiran 2 Surat Penelitian.....	96
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	97
Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas.....	100
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	101
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	102
Lampiran 7 Hasil Uji Path Analisis	103

