

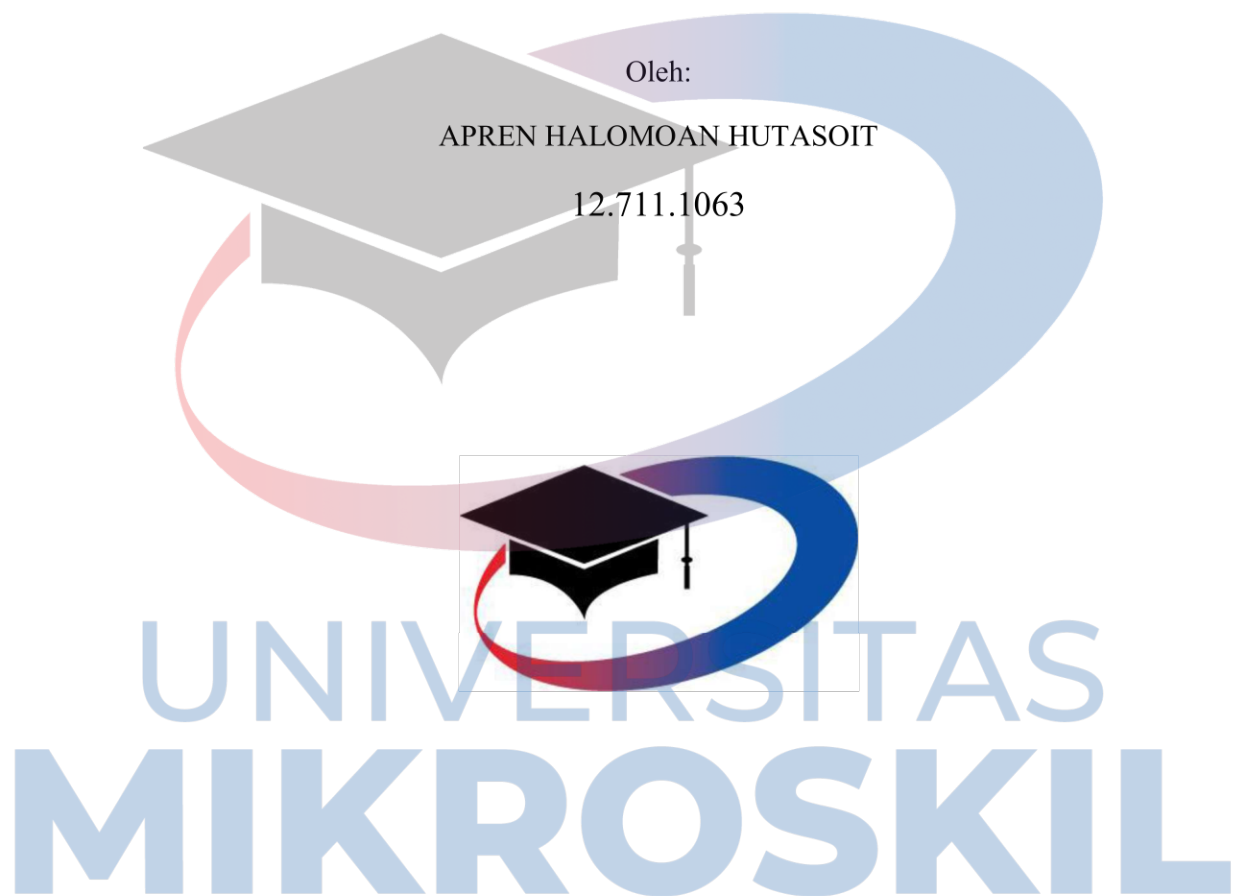
**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL  
GRAND ANTARES MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh:

APREN HALOMOAN HUTASOIT

12.711.1063



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**MIKROSKIL**

**MEDAN**

**2016**

**THE INFLUENCE OF *EXPERIENTIAL MARKETING* ON  
CUSTOMER SATISFACTION AT HOTEL  
GRAND ANTARES MEDAN**

**FINAL RESEARCH**

By :

APREN HALOMOAN HUTASOIT

Student Number : 12.711.1063



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**MIKROSKIL**

**MEDAN**

**2016**

LEMBARAN PENGESAHAN  
PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL  
GRAND ANTARES MEDAN

SKRIPSI


Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen  
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Oleh:

APREN HALOMOAN HUTASOIT  
12.711.1063

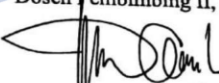
Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,



(Hanny Siagian, S.E., M.Si.)

Dosen Pembimbing II,



(Ella Silvana Ginting, S.E., M.Si.)

Medan, 8 Agustus 2016  
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen,



### **SURAT PERNYATAAN**

**Perihal : Tugas Akhir**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Apren Halomoan Hutasoit  
Nim : 127111063  
Jurusan/Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi Bidang : Manajemen Bisnis  
Jenjang Studi : S1

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Experiential Marketing terhadap  
Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Antares  
Medan  
Tempat Penelitian : Hotel Grand Antares Medan  
Alamat Penelitian : Jl. Sisingamangaraja No.328, Medan.  
Telp/No.hp Tempat Penelitian : 061 - 7883555

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian dan penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil kerja saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya). Jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan STIE Mikroskil Medan, yakni pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 08 Agustus 2016

Saya yang membuat pernyataan,

Materai 6000



(Apren Halomoan Hutasoit)

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan survey, jenis penelitian adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian data dilakukan dengan wawancara, daftar pertanyaan, dan studi dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Populasi pada penelitian ini adalah tamu Hotel Grand Antares Medan, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 orang

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *experiential marketing* yang terdiri dari *sense*( $X_1$ ), dan *feel*( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Hotel Grand Antares Medan. Secara parsial variabel *sense* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Grand Antares Medan, sedangkan *feel* tidak berpengaruh secara signifikan .

Nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,024 menunjukkan bahwa variabel bebas *experiential marketing* yang terdiri dari *sense*, dan *feel* mampu menjelaskan variabel terikat yakni kepuasan konsumen sebesar 2,4 %, sedangkan sisanya 97,6 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Kepuasan Konsumen**

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of *experiential marketing* on customer satisfaction.

The method used in this study is the study is the survey approach, this type of research is associative research with a quantitative approach. The research method of data through interviews, questionnaires, and study documentation. Data analysis method used is multiple linear regression. This population in this study is the guest of Hotel Grand Antares Medan, the number of samples in this study as many as 400 people.

Based on the results of testing the hypothesis in this study showed that simultaneously *experiential marketing* variable which consists of *sense* ( $X_1$ ), and *feel* ( $X_2$ ), has positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at Hotel Grand Antares Medan. Partially *sense* has positive and significant effect on customer satisfaction (Y) at Hotel Grand Antares Medan, and while *feel* not significantly effect on customer satisfaction at Hotel Grand Antares Medan

Adjusted R Square value obtained amounted to 0.976 indicates that independent variable *experiential marketing* which consists of sense and feel can explain the dependent variable customer satisfaction amounted to 97,6% while the remaining 2,4% is explained by other factors not examined in this study.

**Keyword :** *Experiential Marketing, Customer Satisfaction*

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Teristimewa kepada Ayahanda, Ibunda dan saudara-saudara penulis tercinta yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun material selama penulis mengikuti pendidikan hingga selesainya penulisan skripsi ini. Tujuan penulis dalam melaksanakan penulisan ini adalah guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu Program Studi Manajemen Bidang Konsentrasi Manajemen Bisnis di STIE-Mikroskil Medan, dan penulis melakukan penelitian di Hotel Grand Antares Medan.

Selama penyusunan penelitian ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, nasehat dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Hanny Siagian, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Ella Silvana Ginting, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang juga membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom, M.M., selaku Ketua STIE – Mikroskil Medan dan juga selaku Dosen penguji I yang telah memberikan kritik dan saran yang menjadikan skripsi ini lebih sempurna.
4. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan dan juga selaku Dosen penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang menjadikan skripsi ini lebih sempurna.
5. Bapak Eko Yuliawan, S.E, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan .
6. Bapak Djoni, S.Kom, M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan
7. Bapak Paulus, S.Kom, M.T., selaku Wakil Ketua II STIE-Mikroskil Medan.
8. Bapak Saliman, S.T, selaku Wakil Ketua III STIE-Mikroskil Medan

9. Bapak dan ibu Dosen di STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan bimbingan-bimbingan yang berharga selama perkuliahan.
10. Bapak Pimpinan Hotel Grand Antares Medan yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian pada Hotel Grand Antares Medan.
11. Rekan mahasiswa/i dan teman-teman lainnya yang turut memberikan dorongan dan partisipasi hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
12. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terima kasih atas kerja samanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 08 Agustus 2016

Penulis

Apren Halomoan Hutasoit

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	5
1.3.Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4.Tujuan Penelitian.....	5
1.5.Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2. Manfaat Praktis .....	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pengertian Pemasaran .....	9

2.2.2. Proses Pemasaran.....	10
2.2.3. Konsep Pemasaran .....	11
2.2.4. Pengertian Experiential Marketing .....	12
2.2.5. Manfaat Experiential Marketing .....	15
2.2.6. Strategi Expeeriential Marketing .....	17
2.2.6.1. Sense Marketing .....	17
2.2.6.2. Feel Marketing.....	17
2.2.7. Kepuasan Pelanggan .....	18
2.2.7.1. Sebab-sebab Timbulnya Rasa Tidak Puas.....	20
2.2.7.2. Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	22
2.2.7.3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	23
2.3. Kerangka Konseptual.....	24
2.4. Hubungan Antar Variabel .....	25
2.4.1. Hubungan Sense Terhadap Kepuasan Konsumen .....	25
2.4.2. Hubungan Feel Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.5. Hipotesis .....	26
<b>BAB III</b> .....	27
3.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	27
3.1.1. Struktur Organisasi .....	28
3.1.2. Job Description .....	29
3.2. Jenis Penelitian.....	33
3.3. Lokasi Penelitian.....	33
3.4. Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1. Populasi.....	33
3.4.2. Sampel.....	34

3.5. Metode Pengumpulan Data .....	35
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	36
3.7. Metode Analisis Data.....	38
3.7.1. Uji Validasi dan Uji Reliabilitas .....	39
3.7.1.1. Uji Validasi.....	39
3.7.1.2. Uji Reliabilitas .....	39
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.2.1. Uji Normalitas .....	40
3.7.2.2. Uji Multikolinieritas .....	42
3.7.2.3. Uji Heterokedastisitas.....	42
3.7.3. Uji Hipotesis .....	43
3.7.3.1. Uji Simultan (Uji-F) .....	43
3.7.3.2. Uji Parsial (Uji-t).....	44
3.7.3.3. Koefisien Determinasi .....	45
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	46
4.1.1. Karakteristik Responden.....	46
4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	49
4.1.2.1. Variabel Sense .....	51
4.1.2.2. Variabel Feel .....	52
4.1.2.3. Variabel Kepuasan Konsumen .....	54
4.1.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	56
4.1.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Sense .....	56
4.1.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Feel .....	58

4.1.3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kepuasan Konsumen.....	59
4.1.4. Uji Normalitas.....	61
4.1.5. Uji Multikolinearitas.....	63
4.1.6. Uji Heterokedastisitas.....	64
4.1.7. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
4.1.8. Uji Hipotesis.....	67
4.1.8.1. Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	67
4.1.8.2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	68
4.1.8.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69
4.2. Pembahasan.....	70
BAB V : PENUTUP.....	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 3.1. Skala Likert .....	35
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2. . Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	46
Tabel 4.3. . Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4.4. . Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Hunian.....	47
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sense, Feel, dan Kepuasan Konsumen .....	48
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sense .....	50
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Feel.....	52
Tabel 4.8. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen .....	54
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Sense .....	56
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas Variabel Sense .....	57
Tabel 4.11. Uji Validitas Variabel Feel .....	57
Tabel 4.12. Uji Reliabilitas Variabel Feel.....	58
Tabel 4.13. Hasil Uji Instrumen Variabel Kepuasan Konsumen.....	59
Tabel 4.14. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen .....	60
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.16. Nilai Tolerance dan VIF .....	64
Tabel 4.17. Uji Glejser .....	66
Tabel 4.18. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda.....	67

Tabel 4.19. Hasil Analisis Regresi Secara Bersama-sama..... 68

Tabel 4.20. Hasil Analisis Regresi Secara Parsial ..... 69

Tabel 4.21. Koefisien Determinasi..... 70



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

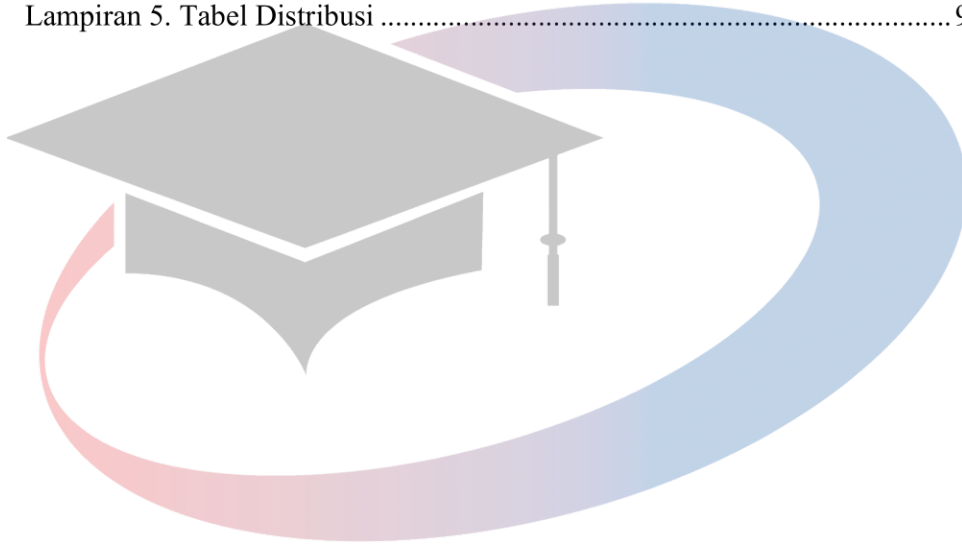
	Halaman
Gambar 2.1. Model Sederhana Proses Pemasaran .....	10
Gambar 2.2. Model Ekspektasi dikonfirmasi dari Kepuasan/Ketidakpuasan...	20
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual (Experiential Marketing) .....	25
Gambar 3.1. Struktur Organisasi.....	28
Gambar 4.1. Grafik Histogram.....	61
Gambar 4.2. Grafik Normal Probability Plot .....	62
Gambar 4.3. Uji Heterokedastisitas .....	65



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner.....	78
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner.....	81
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data.....	91
Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup.....	98
Lampiran 5. Tabel Distribusi .....	99



# UNIVERSITAS MIKROSKIL