

## **BAB IV**

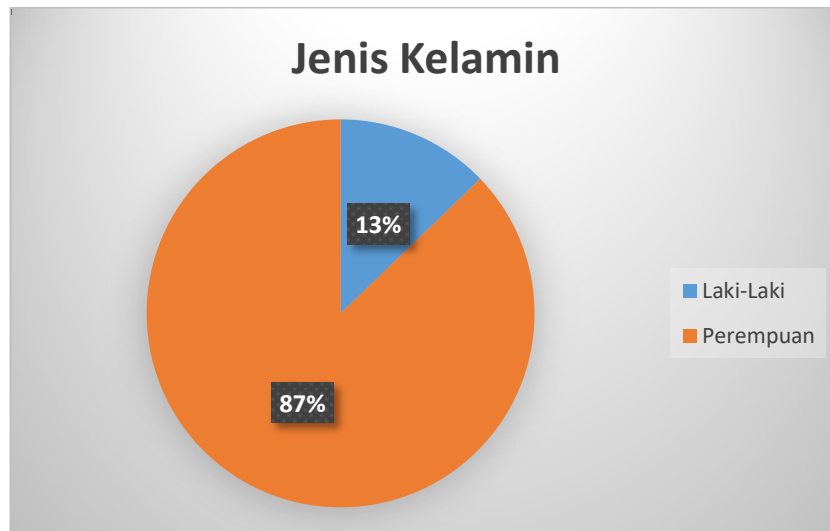
### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Data**

Deskripsi data adalah gambaran yang digunakan dalam suatu penelitian. Peneliti melakukan analisis untuk mengetahui gambaran atau kondisi sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini dengan cara mengkaji uraian data tersebut. *Experiental Marketing* merupakan faktor independen dan satu variabel dependen yaitu niat kunjung ulang dalam penelitian ini (Y). Sebuah survei digunakan untuk mengumpulkan data untuk penyelidikan ini. Temuan jawaban responden beserta jumlah sampelnya yaitu sebanyak 250 responden yang merupakan konsumen Klinik Kencantikan Puspita Cabang Bandar Lampung dikumpulkan melalui pengumpulan data kuesioner. Program SPSS 22 digunakan untuk melakukan pengujian.

##### **4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden**

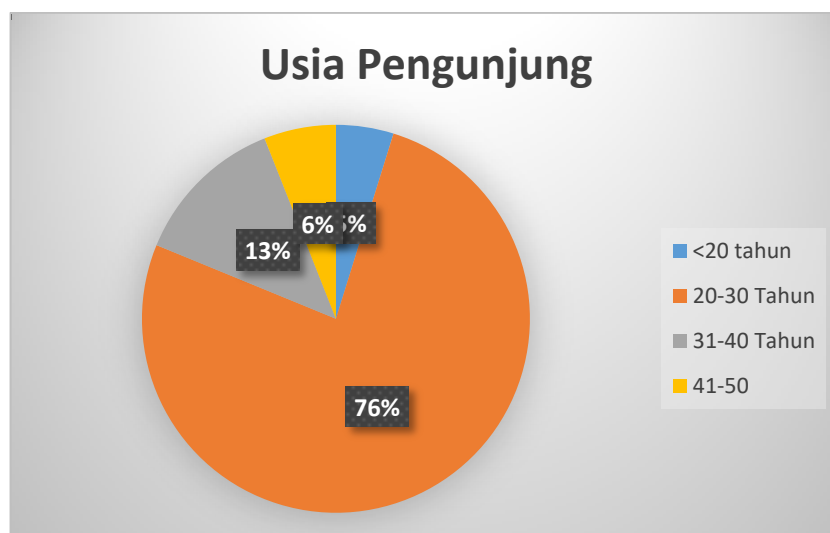
Penelitian ini menggunakan data primer, data primer ini digunakan untuk menganalisis pengaruh experiental marketing terhadap niat kunjung ulang pada Klinik Kencantikan Puspita Cabang Bandar Lampung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada 250 responden. Pada analisis deskriptif ini, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, penghasilan, dan pekerjaan, kemudian data itu dijelaskan melalui Pie Chart. Data karakteristik ini digunakan untuk mengetahui latar belakang responden yang digunakan dalam penelitian ini.



**Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Sumber: Data diolah tahun 2022

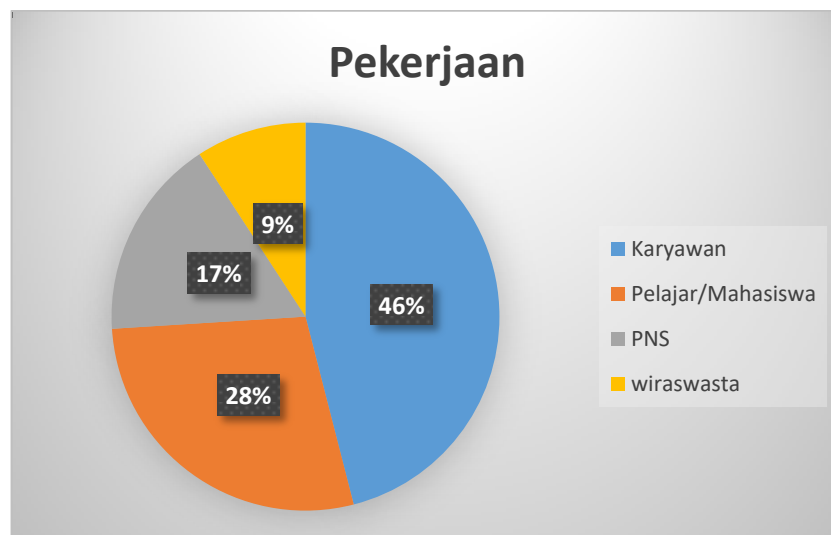
Berdasarkan gambar 4.1 karakteristik responden berdasarkan pengunjung di Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung, jenis kelamin perempuan memiliki frekuensi sebanyak 218 orang atau 87% dan laki-laki sebanyak 32 orang atau 13%. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini didominasi dengan pengunjung perempuan sebanyak 87%.



**Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Sumber: Data diolah tahun 2022

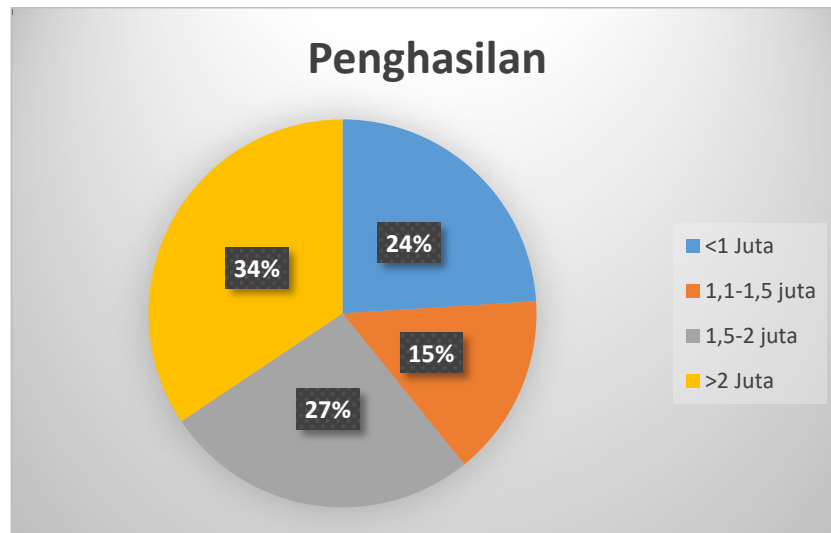
Berdasarkan Gambar 4.2 dapat diketahui bahwa karakteristik responden jumlah pengunjung responden sebesar 5% atau 12 pengunjung usia dibawah 20 tahun, 76% atau 191 pengunjung untuk usia 20-30 tahun, 13% atau 32 pengunjung untuk yang berusia 31-40 tahun dan 41-50 tahun sebesar 6% atau 15 pengunjung.



**Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat diketahui bahwa responden berdasarkan pekerjaan yang paling dominan adalah pelajar/mahasiswa sebesar 28% atau 70 pengunjung, 17% PNS atau 42 pengunjung, 46% karyawan atau 115 pengunjung, dan 9% wiraswasta atau 21 pengunjung.



**Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan Gambar 4.4 dapat diketahui bahwa responden berdasarkan pendapatan yang paling dominan yaitu dengan pendapatan <1 Juta sebesar 24% atau 60 pengunjung, pendapatan 1,1-1,5 juta sebesar 15% atau 38 pengunjung, pendapatan 1,5-2 juta sebesar 27% atau 66 pengunjung dan pendapatan  $\geq 2$  juta 34% atau 86 pengunjung, dapat disimpulkan bahwa pendapatan pengunjung klinik kecantikan paling banyak dari >2juta sebesar 34% atau 86 pengunjung.

#### 4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban deskripsi data variabel independen yaitu *Experiential Marketing*, yaitu *Sense (X1)*, *Feel (X2)*, *Think (X3)*, *Act (X4)*, *Relate (X5)* dan variabel dependen yaitu Niat Kunjung Ulang (Y) pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 250 responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Experiential Marketing**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>SENSE (X1)</b>											
1	Desain tempat dan fasilitas di Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung yang unik dan lengkap.	146	58.4	63	25.2	41	16.4	0	0	0	0
2	Suasana di Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung yang aesthetic.	133	53.2	89	35.6	28	11.2	0	0	0	0
3	Musik yang diputar sudah tepat dalam menemani pengunjung.	87	34.8	121	48.4	42	16.8	0	0	0	0
4	Seragam yang dikenakan karyawan, rapi dan bersih.	100	40.0	130	52.0	20	8.0	0	0	0	0
<b>FEEL (X2)</b>											
5	Varian treatment yang ditawarkan beragam.	179	71.6	45	18.0	26	10.4	0	0	0	0
6	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Klinik	122	48.8	99	39.6	29	11.6	0	0	0	0

	Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung memuaskan.										
7	Karyawan Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung ramah dan sopan.	90	36.0	132	52.8	28	11.2	0	0	0	0
8	Kebersihan terjaga dengan baik.	71	28.4	130	52.0	49	19.6	0	0	0	0
<b>THINK (X3)</b>											
9	Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung memberikan treatment yang berbeda dari klinik kecantikan yang lain.	174	69.6	49	19.6	27	10.8	0	0	0	0
10	Treatment yang beragam membangkitkan rasa ingin mencoba.	118	47.2	103	41.2	29	11.6	0	0	0	0
11	Merasa dihargai.	86	34.4	133	53.2	31	12.4	0	0	0	0
12	Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung dapat menjadi salah satu rekomendasi tempat treatment.	73	29.2	129	51.6	48	19.2	0	0	0	0
<b>ACT (X4)</b>											
13	Berkunjung karena bagian dari gaya hidup.	106	42.4	125	50.0	19	7.6	0	0	0	0
14	Tertarik dengan konsep keunikan yang ditawarkan.	67	26.8	99	39.6	84	33.6	0	0	0	0
15	Ingin berbagi pengalaman dengan orang-orang terdekat.	88	35.2	127	50.8	35	14.0	0	0	0	0
16	Klinik Kecantikan	121	48.4	101	40.4	28	11.2	0	0	0	0

	Puspita Cabang Bandar Lampung terletak dikawasan strategis										
	<b>RELATE (X5)</b>										
17	Dapat menjadi tempat merileks-sasikan tubuh.	196	78.4	34	13.6	20	8.0	0	0	0	0
18	Dengan pelayanan yang diberikan karyawan kepada pengunjung, pengunjung merasa nyaman.	115	46.0	114	45.6	21	8.4	0	0	0	0
19	Pengunjung mengunjungi Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung atas rekomendasi orang lain.	91	36.4	140	56.0	19	7.6	0	0	0	0
20	Pengunjung merasa nyaman dengan fasilitas yang diberikan.	68	27.2	128	51.2	54	21.6	0	0	0	0

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 250 responden, pernyataan 6 mengenai “Memiliki sedikit pilihan bila meninggalkan organisasi ini” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 21 orang atau 56.8%. Sedangkan pernyataan mengenai “Saat ini tetap bekerja di organisasi merupakan kebutuhan sekaligus juga keinginan” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 27.0%

**Tabel 4.2**

### Hasil Jawaban Responden Variabel Niat Kunjung Ulang (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Dari pengalaman dan treatment yang pengunjung dapatkan di Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung, pengunjung berniat untuk mengunjungi ulang Klinik Kecantikan Puspita.	146	58.4	55	22.0	49	19.6	0	0	0	0
2	Mengajak teman dan keluarga untuk treatment di Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung.	100	40.0	115	46.0	35	14.0	0	0	0	0
3	Berkeinginan kembali mengunjungi lagi dengan sengaja.	52	20.8	150	60.0	48	19.2	0	0	0	0
4	Pengunjung mereferensikan ke relasi atau kerabat untuk melakukan kunjungan ke Klinik Kecantikan Cabang Bandar Lampung.	67	26.8	129	51.6	54	21.6	0	0	0	0

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 250 responden, pernyataan 1 dan 9 mengenai “Mengutamakan hasil pekerjaan yang bermutu dan sesuai peraturan” dan “Memiliki rekan kerja yang kurang mendukung” mendapat respon tertinggi dengan jawaban sangat setuju



yaitu sebanyak 22 orang atau 59,5%. Sedangkan pernyataan mengenai “Merasa memiliki beban kerja yang berlebihan” mendapat respon terendah dengan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang atau 21,6%

## 4.2 Hasil Uji Prasyarat Instrument

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Kuesioner dikatakan valid jika nilai signifikansi  $r_{tabel}$  Ghozali (2016) dalam (Puspitangrum, 2018). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan kolerasi *product moment*. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Kriteria pengujian untuk uji validitas ini adalah:

1. Bila probabilitas ( $sig$ )  $< 0,05$  maka instrument valid
2. Bila probabilitas ( $sig$ )  $> 0,05$  maka instrument tidak valid
3.  $r$ -tabel untuk 250 responden  $DF-6 = 250-6 = 244$  adalah sebesar 0.098

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas**

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Hasil	Simpulan
X1.1	0,768	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X1.2	0,817	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X1.3	0,735	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X1.4	0,547	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X2.1	0,717	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X2.2	0,655	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X2.3	0,767	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X2.4	0,675	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid

X3.1	0,701	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X3.2	0,649	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X3.3	0,764	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X3.4	0,659	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X4.1	0,430	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X4.2	0,734	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X4.3	0,666	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X4.4	0,677	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X5.1	0,704	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X5.2	0,730	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X5.3	0,780	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
X5.4	0,721	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
Y1.1	0,710	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
Y1.2	0,804	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
Y1.3	0,669	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid
Y1.4	0,634	0.098	r Hitung > r Tabel	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.3 diketahui bahwa hasil uji validitas untuk variabel Y, X1, X2, X3 yaitu nilai sig seluruh butir pertanyaan lebih kecil dari alpha (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator penelitian bisa digunakan dalam penelitian ini.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Menurut Wiratna Sujerweni (2014), Kuesioner dikatakan reliable jika nilai Cronbach alpha > 0,6. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 23 diperoleh hasil pengujian reliabilitas kuesioner digunakan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Koefisien <i>Cronbach's alpha</i></b>	<b>Koefisien r</b>	<b>Simpulan</b>
Sense (X1)	0.691	0,60-0,799	Kuat
Feel (X2)	0.657	0,60-0,799	Kuat
Think (X3)	0.638	0,60-0,799	Kuat
Act (X4)	0.500	0,40-0,599	Sedang
Relate (X5)	0.710	0,60-0,799	Kuat
Niat Kunjung Ulang (Y)	0.658	0,60-0,799	Kuat

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.4 diketahui bahwa hasil *Cronbach's Alpha* variabel Y, X1, X2, X3 berada pada rentang 0,60-0,799 dimana dinyatakan tingkat reliabel kuat. Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner pada seluruh variabel reliabel.

#### 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal Ghozali (2016) dalam (Puspitangrum, 2018). Adapun Uji statistik yang digunakan pada

penelitian ini diuji One Sample Kolmogrov Smirnov Test, dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Jika signifikan yang dihasilkan  $> 0,05$  maka distribusi datanya dikatakan normal. Sebaliknya jika signifikan yang dihasilkan  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada table.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70316610
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.071
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh melalui uji *one sample Kolmogorov Smirnov* adalah sebesar 0,200 yang berarti bahwa nilai signifikansi tersebut  $> 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima atau seluruh data residual berdistribusi normal.

#### **4.3.2 Hasil Uji Linearitas**

Uji Linearitas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan salah

atau benar. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan penggunaan program

SPSS 22. Adapun rumusan hipotesis sebagai berikut:

Ho : model regresi berbentuk linier.

Ha : model regresi tidak berbentuk linier.

Dengan kriteria:

1. Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (alpha) maka Ho diterima, Ha ditolak
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (alpha) maka Ho ditolak, Ha diterima

Berikut merupakan hasil dari uji linieritas:

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Linearitas**

<b>Variabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Alpha</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Keterangan</b>
Sense (X1) terhadap Niat Kunjung Ulang (Y)	0.263	0,05	Sig > Alpha	Linear
Feel (X2) terhadap Niat Kunjung Ulang (Y)	0.205	0,05	Sig > Alpha	Linear
Think (X3) terhadap Niat Kunjung Ulang (Y)	0.221	0,05	Sig > Alpha	Linear
Act (X4) terhadap Niat Kunjung Ulang (Y)	0.113	0,05	Sig > Alpha	Linear
Relate (X5) terhadap Niat Kunjung Ulang (Y)	0.281	0,05	Sig > Alpha	Linear

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.6 diatas dari hasil uji linieritas bahwa perhitungan ANOVA didapat nilai Sig pada baris Deviantion from linearity untuk variabel Sense (X1) diperoleh nilai sig sebesar  $0.263 > 0.05$  (Alpha), Feel (X2) diperoleh nilai sig sebesar  $0.205 > 0.05$  (Alpha), Think (X3)Maka dapat

disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh dari 37 sampel dalam penelitian ini semua variabel independen menyatakan model regresi berbentuk linier terhadap variabel dependen. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran

### 4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF). Jika nilai  $VIF < 10$  dan nilai  $tolerance > 10$  menunjukkan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

<b>Variabel Independen</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>	<b>Kesimpulan</b>
Sense	.718	1.392	Tidak terdapat multikoliniearitas
Feel	.956	1.046	Tidak terdapat multikoliniearitas
Think	.920	1.087	Tidak terdapat multikoliniearitas
Act	.823	1.215	Tidak terdapat multikoliniearitas
Relate	.803	1.245	Tidak terdapat multikoliniearitas

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan seluruh nilai VIF dari masing-masing variabel tidak melebihi batas nilai 10. Nilai tolerance seluruh variabel independen  $> 0,10$ . Hal ini berarti bahwa variabel-variabel yang digunakan

dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yang berarti semua variabel dapat digunakan.

#### 4.4 Metode Analisis Data

##### 4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini untuk besarnya pengaruh variabel *Sense* (X1), *Feel* (X2), *Think* (X3), *Act* (X4), dan *Relate* (X5) terhadap Niat Kunjung Ulang (Y) pada pengunjung Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung.

**Tabel 4.11**

##### **Hasil Uji Korelasi**

Variabel	R	R Square
<i>Sense</i> (X1), <i>Feel</i> (X2), <i>Think</i> (X3), <i>Act</i> (X4) dan <i>Relate</i> (X5)	0.612	0.762

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.11 diatas di peroleh hasil nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.612 yang menunjukkan hubungan antara variable independent dan dependent memiliki hubungan yang Positif kuat (Diatas 0,5). Sedangkan nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0.762 menunjukkam bahwa kemampuan variable *Sense* (X1), *Feel* (X2), *Think* (X3), *Act* (X4) dan *Relate* (X5) dalam menerangkan variable Niat Kunjung Ulang (Y) yaitu sebesar  $76,2\% = 0,762 \times$

100%. Dan sisanya 23,8% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya diluar penelitian ini. hasil olah data dapat dilihat pada lampiran.

**Tabel 4.12**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	B	Std. Error
Constanta	6.250	2.011
Sense (X1)	0.313	0.065
Feel (X2)	0.202	0.059
Think (X3)	0.131	0.061
Act (X4)	0.248	0.069
Relate (X5)	0.121	0.065

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Variabel dependen pada regresi ini adalah Niat Kunjung Ulang (Y), sedangkan variabel independen adalah *Sense* (X1), *Feel* (X2), *Think* (X3), *Act* (X4), dan *Relate* (X5). Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + e$$

$$Y = 6,250 + 0,313X_1 + 0,202X_2 + 0,131X_3 + 0,248X_4 + 0,121X_5 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut yaitu, sebagai berikut :



1. Konstanta sebesar 6.250 menyatakan bahwa Niat Kunjung Ulang Konsumen pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Bandar Lampung adalah sebesar 6.250 apabila implementasi pada Experiential Marketing yang terdiri dari *Sense, Feel, Think, Act* dan *Relate* bernilai 0 satuan.
2. Koefisien regresi untuk  $X_1 = 0,313$  menyatakan bahwa setiap kenaikan *Sense* sebesar satu satuan maka akan menambah niat kunjung ulang konsumen pada klinik kecantikan puspita cabang bandar lampung sebesar 0,313.  
pegawai PDAM Way Rilau 0,130.
3. Koefisien regresi untuk  $X_2 = 0,360$  menyatakan bahwa setiap kenaikan Etos Kerja sebesar satu satuan maka akan menambah produktivitas kerja pada pegawai PDAM Way Rilau sebesar 0,360