

**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* , *BRAND LOVE*,
DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *LOYALTY*
*CUSTOMER***

SKRIPSI



Disusun Oleh:

RIKI FEBRIANTO S

1612110292

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

BANDAR LAMPUNG

2020

ANALISIS *EXPERIENTAL MARKETING, BRAND LOVE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP LOYALTY CUSTOMER

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI
Pada Program Studi Manajemen
IIB Darmajaya Bandar Lampung



Disusun Oleh:

Riki Febrianto S

1612110292

**JUURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2020



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi atau karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggungjawaban sepenuhnya berada di pundak saya.

Bandaar Lampung, 21 Februari 2020

Riki Febrianto S

1612110292

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis *Experiential Marketing, Brand Love* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Loyalty Customer*

Nama Mahasiswa : Riki Febrianto S

NPM : 1612110292

Program Studi : S1 Manajemen

Disetujui oleh

Pembimbing I

Ketua Program Studi

Ariza Eka Yusendra S.P.,M.M

Aswin, S.E.,M.M

NIK: 12990313

NIK : 10190605

HALAMAN PENGESAHAN

Telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Manajemen IIB Darmajaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi
syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

Mengesahkan,

1. Tim Penguji

Tanda Tangan

Anggota 1

: Aswin, S.E., M.M

Anggota 2

: Andri Winata, S.E.,M.Sc

2. Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi

Dr. Faurani I Santi Singagerda, S.E., M.Sc
NIK.

HALAMAN PERSEMBAHAN

In Nomine Patri et Filii et Spiritus Sancti. Amen.

(Dalam Nama Bapa dan Putera dan Roh Kudus Amin.)

Puji Syukur kepada Allah Bapa atas berkat dan kasih-Nya, maka dengan ketulusan dan kerendahan hati serta perjuangan dan jerih payah yang telah diberikan, penulis mempersembahkan karya ilmiah ini kepada:

Orang Tua

Kedua orangtuaku, Paulus Eriyanto Sitorus (Bapak) dan Katarina Redita Norasti Silaban (Mamak), yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan limpahan cinta kasih, nasihat, serta doa yang selalu dipanjatkan sehingga menjadi kekuatan dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Keluarga

Keluarga ku tercinta khususnya kakak-kakaku dan juga adik ku yang memberikan doa dan dorongan motivasi secara moril maupun material untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Dosen Pembimbing

Untuk Dosen pembimbing Bapak Ariza Eka Yusendra, yang baik hati dan sabar, serta terus memberikan motivasi yang begitu bermanfaat dalam membimbing saya selama bimbingan supaya saya mampu menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik.

Tim Mr.SAC (Mr. Skripsi Ariza Crew)

Untuk seluruh tim dari Mr.SAC, yaitu M.Rifai, Dinda Roma Uli, Putra, Ida Oktasari, Made yang telah bersama-sama dengan saya untuk bisa menyelesaikan karya ilmiah ini dari awal sampai dengan akhir perjumpaan bersama-sama.

Upett Tims

Saya ucapkan begitu banyak terima kasih untuk tim Upett yaitu para sahabat-sahabat saya Ricky Daniel Siahaan, Ade Epafra, Daus Siahaan, I Nyoma Widhiyana yang terus menerus menjadi sahabat yang begitu luar biasa untuk saya dari awal masuk perkuliahan sampai dengan menyelesaikan kuliah di IIB Darmajaya.

HALAMAN MOTTO

**“Hormatilah ayahmu dan ibumu, supaya lanjut umurmu di tanah yang diberikan
TUHAN, Allah mu, Kepadamu”**

(Keluaran 20:12)

“Massa depanmu itu dimulai saat ini juga, bukan besok”

(Saint Karol def Wojtyla – Paus Yohanes Paulus II)

“Apa yang kita berikan, itu yang kita terima”

(Giovanni di Pietro di Bernardone – St. Fransiskus Asisi)

“Hanya satu yang setia, Tuhan”

(Penulis)

INTISARI

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *BRAND LOVE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh

Riki Febrianto S

rikifebrianto787@gmail.com

Dengan kondisi perkembangan teknologi yang sudah memasuki era 4.0 hampir seluruh masyarakat di dunia sudah menggunakan teknologi dalam penyampaian dan mendapatkan suatu informasi secara cepat. Bukan hanya itu, konsumen ingin melakukan suatu kegiatan ekonomi secara mudah dan cepat. Dengan perilaku konsumen yang telah diteliti oleh perusahaan, maka dunia usaha retail telah masuk ke era digital yang dinamakan dengan e-commerce. Banyak perusahaan-perusahaan e-commerce hadir di Indonesia, salah satunya adalah Shopee. awal mula hadir, perusahaan ini langsung berkembang pesat, begitu banyak konsumen mulai tertarik untuk mendownload aplikasi Shopee, sehingga membuat nya berada di peringkat pertama dalam kategori download. Namun, semua itu bertolak belakang dengan apa yang terjadi dalam peta persaingan *e-commerce*, Shopee masih kalah bersaing dengan pesaing terdekatnya yaitu tokopedia dalam kunjungan konsumen, dengan masalah ini muncul spekulasi, bahwa konsumen belum begitu setia kepada shopee , bisa dalam hal pengalaman yang belum sepenuhnya baik diterima konsumen, dan juga rasa mencintai brand Shopee masih begitu rendah yang membuat rasa puas dalam berbelanja di shopee masih kurang, sedangkan loyalitas adalah suatu cara untuk memenangkan keunggulan kompetitif dalam persaingan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi untuk meningkatkan loyalitas melalui pengalaman yang berkesan yang membuat konsumen jatuh cinta dan mendapatkan kepuasan saat ataupun setelah menggunakan Shopee. metode penelitian ini adalah kuantitatif yang menggunakan data lapangan. Data akan dianalisa dengan menggunakan metode kausalitas (sebab-akibat) dengan PLS-SEM sebagai alat analisisnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Shopee harus bisa menciptakan strategi yang memberikan pengalaman yang tidak terlupakan, yang mampu membangun rasa kecintaan dan memberikan rasa kepuasan saat ataupun setelah berbelanja di Shopee, hal ini mampu meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *Experiental Marketing, Brand Love, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Strategi Pemasaran*

PRAKATA

Saya bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Pemurah dan Maha Penyanyang karena atas rida dan karunia-Nya jugalah skripsi ini dapat saya selesaikan.

Dengan selesainya skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Ir. Firmansyah, Y.A, M.B.A., M.Sc., selaku Rektor IIB Darmajaya atas izin dan fasilitasnya yang diberikan kepada saya untuk bisa menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Bapak DR. RZ. Abdul Aziz, M.T., selaku Wakil Rektor I IIB Darmajaya atas izin dan fasilitasnya yang diberikan kepada saya untuk bisa menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Bapak Roni Nazar, S.E., M.M., selaku Wakil Rektor II IIB Darmajaya atas izin dan fasilitasnya yang diberikan kepada saya untuk bisa menyelesaikan karya ilmiah ini.
4. Bapak Muprihan Thaib, S.Sos., M.M., selaku Wakil Rektor III IIB Darmajaya atas izin dan fasilitasnya yang diberikan kepada saya untuk bisa menyelesaikan karya ilmiah ini.
5. Bapak Prof. DR. HI. Bustomi RA, Rosyadi., selaku Wakil Rektor IV Darmajaya atas izin dan fasilitasnya yang diberikan kepada saya untuk bisa menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Ibu DR. Faurani I Santi Singagerda, S.E.,M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya atas izin dan fasilitasnya yang diberikan kepada saya untuk bisa menyelesaikan karya ilmiah ini.
7. Ibu Aswin, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen IIB Darmajaya dan juga sebagai Penguji Utama, atas dukungan yang diberikan meliputi waktu, kritik, serta saran dalam proses pembuatan karya ilmiah ini sehingga dapat selesai dengan baik;

8. Bapak Ariza Eka Yusendra, S.P., M.M selaku Pembimbing utama, terima kasih atas dukungan yang diberikan meliputi waktu, saran, dan kritik dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik;
9. Bapak Andri Winata selaku penguji kedua, terima kasih atas dukungan, arahan serta bimbingannya sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik;
10. Ibu Betty Magdalena selaku Pembimbing Akademik, terima kasih atas dukungan, motivasi, saran, dan juga bimbingan dalam berbagai hal yang bisa membuat saya menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik;
11. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi khususnya Program Studi Manajemen, terima kasih atas dukungan, arahan serta bimbingannya dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini dan memberikan banyak ilmu pengetahuan selama menyelesaikan studi ;
12. Bapak Dedi Putra, S.E., M.S.Ak selaku Kabiro kemahasiswaan dan seluruh staff kemahasiswaan, terima kasih atas dukungan meliputi waktu, saran dan kritik dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
13. Bapak dan Mamak yang selalu mendoakan saya dan memberikan semangat saya untuk yakin akan kemampuan diri sendiri.
14. Elisabeth Lenny Yunida Damayanti Sitorus, Magdalena Dwi Maria Astuti Sitorus, Hari Uli Marusaha Sitorus, Martha Dewi Sri Rejeki Sitorus, Parulian Yusuf Sitorus, dan Yohanes Parlin Sitorus yang merupakan saudara dan saudari kandung yang ada di saat suka dan duka serta memberikan dukungan dan doa.
15. Ricky Daniel Siahaan, Ade Epafras, Daus Siahaan, I Nyoman Widhiyana yang merupakan teman sekaligus sahabat dari maba hingga lulus.
16. Rachelka Nugraheni, orang paling menyebalkan yang membantu dan menemani penulis selama penyusunan karya ilmiah ini
17. Himpunan mahasiswa Manajemen yang telah memberikan pengalaman dalam menyelesaikan studi di bagian Manajemen, dan terima kasih juga untuk dukungan dan doa selama penyusunan karya ilmiah ini.
18. Almamaterku tercinta serta seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016

19. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah membantu dalam penyelesaian karya ilmiah ini, terima kasih untuk segalanya.

Bandar Lampung, 21 Februari 2020

Penyusun

Riki Febrianto

