

**ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN, *EXPERIENTIAL MARKETING*
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS WINNER PREMIERE HOTEL DI PEMALANG)**



SKRIPSI

M.ZULAMRI JAYA

1402010001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2018**

**ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN, *EXPERIENTIAL MARKETING*
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS WINNER PREMIERE HOTEL DI PEMALANG)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

M.ZULAMRI JAYA

1402010001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN
ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN, *EXPERIENTIAL MARKETING*
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS WINNER PREMIERE HOTEL DI PEMALANG)



SKRIPSI

Oleh :

M. ZULAMRI JAYA

1402010001

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing,



Hj. Herni Justiana Astuti, Ph.D

NIK. 2160183

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Zulamri jaya

NIM : 1402010001

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 18 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



M. Zulamri Jaya

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : M.Zulamri Jaya
NIM : 1402010001
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN,
EXPERIENTIAL MARKETING DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
(STUDI KASUS WINNER PREMIERE HOTEL DI
PEMALANG)

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI


Ketua : Hj.Herni Justiana Astuti,Ph.D

()

Anggota 1 : Dra.Tri Septin,M.Si

()

Anggota 2 : Putri Dwi Cahyani,S.E. ,M.E.I

()


Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 18 Agustus 2018

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Akhmad Darmawan, S.E., M.Si.

NIK. 2160148

MOTTO

“Maka Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan, Sesungguhnya
Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”.

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Selesaikan Apa Yang Sudah Kau Mulai dan Bertanggungjawablah Atas Hal
Tersebut, Apapun Hasilnya Suatu Saat Nanti.”

(M.Zulamri Jaya : 2018)

“Sabar Bukan Tentang Berapa Lama Kau Bisa Menunggu. Melainkan
Tentang Bagaimana Perilakumu Saat Menunggu.”

(Anonim)

PERSEMBAHAN

*Dengan mengucap Bassmallah dan syukur, kupersembahkan skripsi penuh
perjuangan ini kepada :*

Bapakku Dzulyadain,S.E,dan Ibuku Drg.Irma setyawati

*Terima kasih atas setiap lantunan doa dan tetesan keringat yang tak bisa
terhitung, semoga Allah memberkahi dan mengganti segalanya.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi banyak nikmat yang tidak bisa kita terhitung satu demi satu. Salah satunya adalah nikmat masih diberi waktu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, “ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN, EXPERIENTIAL MARKETING DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS WINNER PREMIERE HOTEL DI PEMALANG)”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.


Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Syamsuhadi Irsyad, M.H, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Akhmad Darmawan, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Hengky Widhiandono, S.E., M.Si, selaku pembimbing akademik yang telah membimbing saya selama masa perkuliahan.
5. Hj.Herni Justiana Astuti,Ph.D selaku pembimbing yang telah memberi kritik serta saran dalam menulis skripsi ini.
6. Dra.Tri Septin,M.Si selaku penguji I yang telah memberi kritik serta saran dalam penulisan skripsi ini.

7. Putri Dwi Cahyani,S.E. ,M.E.I selaku penguji II yang juga telah memberikan kritik serta saran dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memperlancar dan membantu sampai terciptanya skripsi ini.
9. Untuk Ayahanda Dzulyadain,S.E, seorang lelaki yang dengan sabar menasehati serta memberi motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Ini sebagai sedikit pembukti bahwa anaknya mampu dibanggakan dan doaku selalu untukmu.
10. Ibu Drg. Irma Setyawati, seorang wanita super yang dengan kasih sayangnya yang tak terbatas kepada anak-anaknya. Atas doa dan perjuangannya, penulis dapat menyelesaikan kuliah tepat waktu. Semoga ayah dan ibu diberi umur panjang sehingga dapat melihat anak-anaknya sukses dan mampu mengganti sedikit dari yang apa yang telah ayah dan ibu berikan kepada anak-anaknya, Serta Adik saya M.Rizqi Alhayat Savero, Anatiyya, dan Namira terselip doa semoga kalian dapat segera menyelesaikan kuliah dan sekolah agar bisa mencapai yang lebih baik dari kakakmu.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu demi satu yang telah memberi bantuan serta semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dan mendoakan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 18 Agustus 2018
Penulis,

M.Zulamri Jaya

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M.Zulamri Jaya
NIM : 1402010001
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Nonesklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN, *EXPERIENTIAL MARKETING*
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS WINNER PREMIERE HOTEL DI PEMALANG)”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Muhammdiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 18 Agustus 2018
Yang menyatakan,



M.Zulamri Jaya

**ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN, *EXPERIENTIAL MARKETING*
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS WINNER PREMIERE HOTEL DI PEMALANG)**

M.Zulamri jaya¹ Herni Justiana Astuti,Ph.D²

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto,
Indonesia**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Menguji dan menjelaskan secara rinci pengaruh nilai pelanggan, experiential marketing, dan rasa kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Winner Premiere Hotel di Pemalang. Subjek penelitian ini adalah Pelanggan yang menginap di Winner Premiere Hotel di Pemalang menggunakan 100 sampel responden dengan kriteria responden yang sudah menginap minimal dua kali di Winner Premiere Hotel di Pemalang. Teknik pengujian dalam penelitian ini yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji kecocokan model, uji statistik t, uji chi-square. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan variabilitas 82,5%, kemudian secara parsial nilai pelanggan, experiential marketing,, kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Nilai pelanggan, *Experiential marketing*, Kepercayaan, Kepuasan pelanggan

***ANALYSIS OF EFFECT OF CUSTOMER VALUE, EXPERIENTIAL
MARKETING AND TRUST TO CUSTOMER SATISFACTION
(CASE STUDY WINNER PREMIERE HOTEL IN PEMALANG)***

M.Zulamri jaya¹ Herni Justiana Astuti, Ph.D²

**Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University
Of Purwokerto, Indonesia**

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine and explain in detail the influence of customer value, experiential marketing, and sense of trust simultaneously affect customer satisfaction Premiere Hotel Winner in Pemalang. The subject of this research is the customer who stays at the Premiere Hotel Winner in Pemalang using 100 samples of respondents with the criteria of respondents who have stayed at least twice at the Premiere Hotel Winner in Pemalang. The testing techniques in this study are instrument testing, classical assumption test, multiple linear regression analysis and model suitability test, t statistical test, chi-square test. The results of the analysis show that all independent variables have a significant effect on customer satisfaction with a variability of 82.5%, then partially customer value, experiential marketing, trust have an effect to customer satisfaction.

Keywords: Customer value, Experiential marketing, Trust, Customer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PUBLIKASI	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRAC	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A.Landasan teori	9
B. Penelitian terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran	22
D. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A.Jenis Penelitian	26
B. Populasi dan Sampel.....	26

C. Sumber Data	28
D. Variabel Penelitian	29
E. Definisi Operasional Variabel.....	29
F. Metode Analisa Data.....	33
BAB IV HASIL HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran umum Perusahaan.....	43
B. Karakteristik Responden	45
C. Analisis Data	55
D. Pembahasan.....	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	73
B. Keterbatasan Penelitian	73
C. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

1.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
4.1 Tingkat Pengembalian Koesioner	57
4.2 Tabel Tipe Kamar	58
4.3 Fasilitas Berdasarkan tipe Kamar.....	60
4.4 Karakteristik Responden	61
4.10 Uji validitas.....	61
4.14 Hasil uji Reliabilitas.....	63
4.15 Hasil Uji Normalitas	64
4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	65
4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
4.18 Hasil Analisis regresi linear Berganda.....	67
4.20 Uji statistik	69
4.21 Hasil uji <i>chi-square</i>	70

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Regresi	24
3.2 uji Ft	39
3.1 uji t	41
4.1 Grafik <i>scatter plot</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	81
Lampiran 2 :Rekapitulasi Responden	85
Lampiran 3 : Respon rate	100
Lampiran 4 : Karakteristik Responden	101
Lampiran 5 : Uji Instrumen.....	112
Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	118
Lampiran 7 : Fregresi Berganda.....	119
Lampiran 8 : uji Kecocokan Model	119
Lampiran 9 : Uji statistik T	120
Lampiran 10 : Uji <i>chi-square</i>	120
Lampiran 11 : R tabel.....	121
Lampiran 12 : F table	125