



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN
LOYALITAS PEMBELI TERHADAP KEBERHASILAN
PENJUALAN COFFEE JANJI JIWA DI SURABAYA**

Azril Akbar Sabily
181500251

Dosen Pembimbing
Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M..SM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN
LOYALITAS PEMBELI TERHADAP
KEBERHASILAN
PENJUALAN COFFE JANJI JIWA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI AdiBuana Surabaya

Azril Akbar Sabily
NIM : 181500251

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIDAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANASURABAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* dan
Loyalitas Pembeli Terhadap
Keberhasilan Penjualan *Coffe Janji Jiwa* di
Surabaya

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Azril Akbar Sabilly
- b. NIM : 181500251
- c. Program Studi : S-1 Manajemen 2018
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak
untuk diuji :

Tanggal : 28 Januari 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM

NPP : 0709494/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Dosen Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Pada Hari : Senin
Tanggal : 1 Agustus 2022

Penguji I



Dr. Noerchoidah, S.E., M.M.
NIP : 2004913/DY

Penguji II



Bayu Adi, S.E., M.SA., AK.
NIP.1108957/ DY

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Experiential Marketing dan Loyalitas Pembeli Terhadap Keberhasilan Penjualan *Coffe Janji Jiwa* di Surabaya


Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Azril Akbar Sabily
b. NIM : 181500251
c. Program Studi : S-1 Manajemen 2018
d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
e. Alamat e-mail : azrillea10@gmail.com


Mengetahui,
Ketua Program Studi

Surabaya, 23 agustus 2022
Dosen Pembimbing


I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M.
NPP: 1109598/DY


Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM.
NPP : 0709494/DY

Mengetahui,
Dekan


Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM.
NPP : 0709494/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

- a. Nama : Azril Akbar Sabily
- b. NIM : 181500251
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul "*Pengaruh Experiential Marketing dan Loyalitas Pembeli Terhadap Keberhasilan Penjualan Coffe Janji Jiwa di Surabaya*" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2022 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (*ditemukan unsur plagiasi*), maka saya bersedia di tuntutan dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 29 Agustus 2022

Mahasiswa,



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Experiential Marketing Dan Loyalitas Pembeli Terhadap Keberhasilan Penjualan Coffe Janji Jiwa Di Surabaya"**. Selama proses penulisan hingga terselesainya skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. M. Subandowo, MS., selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Tony Susilo Wibowo, SE.,M.Pd.,M.SM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Tony Susilo Wibowo, SE.,M.Pd.,M.SM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, koreksi dan membantu selama melakukan penulisan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua dalam mendidik, memberi dukungan, dan doa demi kesuksesan serta kelancaran dalam segala hal yang saya lakukan.
6. Untuk teman saya, Rara, Hafid, Bagus, akbar, Desy, syahrul, dan wahyu yang telah memberikan dukungan dan mendengarkan keluh kesah.

7. Terimakasih untuk temen Manajemen F-2018 yang selalu memberikan semangat dan dukungan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
8. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat diharapkan oleh peneliti. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 21 Juli 2022
Peneliti,

Azril Akbar Sabily

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas takdirmu saya bisa menyelesaikan skripsi yang sebagai tugas akhir saya dengan tepat waktu.

Dengan saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya. Untuk Bapak terima kasih telah sabar mendidik, memberikan kasih sayang, memberi semangat dan doa, dan untuk perjuangannya menjadikan saya seperti ini. Lalu untuk Ibu terima kasih atas doa dan kasih sayang yang telah diberikan.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada seluruh Bapak/Ibu dosen dan *staff* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membantu kelancaran administrasi yang dibutuhkan.

Dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Serta untuk *Owner* Kopi Janji Jiwa Surabaya yang telah menerima saya untuk melakukan penelitian ini.

Ucapan terima kasih saya sampaikan untuk teman-teman Manajemen F 2018 terutama teman-teman dekat saya dan teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan kenangan yang telah diberikan selama ini.

ABSTRAK

Perkembangan coffee shop sendiri yang terjadi di kota Surabaya juga mengalami perubahan yang signifikan. Dimana hal ini sangat menarik perhatian karena konsep yang semakin berkembang dengan cepat juga harus menghadapi berbagai macam tantangan. Namun ngopi di pusat-pusat perbelanjaan dan perkantoran juga kini sudah menjadi tren dan gaya hidup metropolitan. Lihat saja, misalnya, gerai-gerai minum kopi seperti Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Cincau Station dan Starbuckss Coffee yang kerap dibanjiri pengunjung. Orang rela antri untuk mendapatkan secangkir kopi dengan harga yang murah hingga mahal. Karena hal ini konsumen memiliki sudut pandang dalam memperhatikan experiential marketing dan loyalitas sehingga dapat memberikan keberhasilan penjualan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan non-probability sampling sampling untuk mengambil sampel menggunakan kuesioner yang diberi skor pada skala Likert. Penelitian ini melibatkan 114 partisipan yang semuanya konsumen dari Janji Jiwa. Dengan hasil dari penelitian yang telah dikaji kali ini menunjukkan jika experiential marketing dan loyalitas pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan penjualan dan berpengaruh secara simultan.

Kata kunci: Experiential Marketing, Loyalitas Pelanggan, Keberhasilan Penjualan

ABSTRACT

The development of the coffee shop itself that occurred in the city of Surabaya also experienced significant changes. Where this is very interesting because the concept that is growing rapidly also has to face various kinds of challenges. However, coffee in shopping centers and offices has also now become a trend and metropolitan lifestyle. Just look at, for example, coffee drinking outlets such as Promise Jiwa, Kopi Kenangan, Cincau Station and Starbucks Coffee which are often flooded with visitors. People are willing to queue to get a cup of coffee at a cheap to expensive price. Because of this, consumers have a point of view in paying attention to experiential marketing and loyalty so that they can provide sales success. In this study, a non-probability sampling approach was used to take samples using a questionnaire that was scored on a Likert scale. This study involved 114 participants, all of whom were consumers of Promise Jiwa. With the results of the research that has been reviewed this time, it shows that experiential marketing and customer loyalty have a significant effect on sales success and have a simultaneous effect.

Keywords : *Experiential Marketing, Customer Loyalty, Sales Success*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6

BAB II.....	7
TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pengertian Pemasaran	14
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.3 Experiential Marketing	16
2.2.3.1 Manfaat Experiential Marketing	16
2.2.3.2 Indikator Experiential Marketing	17
2.2.4 Loyalitas Pembeli	18
2.2.4.1 Indikator Loyalitas Pembeli	19
2.2.4.2 Faktor Pengukur Loyalitas Pembeli	19
2.2.5 Keberhasilan Penjualan	20
2.2.5.1 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Penjualan.....	21
2.2.5.2 Tujuan Keberhasilan Penjualan	21
2.2.5.3 Indikator Keberhasilan Penjualan	22
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis.....	23
2.4.1 Pengaruh Experiential Marketing terhadap Keberhasilan Penjualan Caffe Janji Jiwa di Surabaya.....	24
2.4.2 Pengaruh Loyalitas Pembeli terhadap Keberhasilan Penjualan Coffe Janji Jiwa di Surabaya	25

2.4.3 Pengaruh Experiential Marketing dan Loyalitas Pembeli terhadap Keberhasilan Penjualan Coffe Janji Jiwa di Surabaya	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.3.1Jenis Penelitian.....	31
3.3.2 Sumber Data.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1 Prosedur Pengumpulan Data	32
3.4.2Kuisisioner.....	32
3.4.3 Skala Pengukuran.....	32
3.4.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	33
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5.1 Variabel Bebas.....	33
3.5.1.1Experiential Marketing (X1)	34
3.5.1.2 Loyalitas Pelanggan(X2)	34
3.5.2 Variable Terikat	34
3.5.2.1 Keberhasilan Penjualan.....	35

3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian	35
3.6.1.1 Uji Validitas	35
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	36
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	36
3.6.2.1 Uji Normalitas	36
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas	36
3.6.2.3 Uji Autokorelasi	37
3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.6.3 Analisa Regresi Linier Berganda	37
3.6.4 Pengujian Hipotesis	38
3.6.4.1 Uji t.....	38
3.6.4.2 Uji F.....	38
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.2 Karakteristik Responden.....	40
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan	41
4.3.1.1 Variabel Experiental Marketing.....	41
4.3.1.2 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	42
4.3.1.3 Variabel Keberhasilan Penjualan	43

4.4 Analisis Data Penelitian	44
4.4.1 Persiapan Analisis Data	44
4.4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	44
4.4.2.1 Uji Validitas	44
4.4.2.2 Uji Reliabilitas	46
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	47
4.4.3.1 Uji Normalitas	47
4.4.3.2 Uji Multikolinieritas	48
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	49
4.4.3.4 Uji Autokorelasi	49
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.4.5 Hipotesis Penelitian	52
4.4.5.1 Uji t	52
4.4.5.2 Uji F	53
4.4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB V	59
SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner.....	48
Tabel.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	58
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Harga (X1).....	59
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Lokasi (X2).....	60
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	62
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	65
Tabel 4.9 Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.11 Uji t.....	69
Tabel 4.12 Uji F.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Gambar 3.1 Rancangan Penelitian

Gambar 4.1 Scatterplot

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 3 Berita Acara Proposal
- Lampiran 4 Surat Pernyataan Bebas Plagiasi
- Lampiran 5 Kusioner Penelitian
- Lampiran 6 Data Tabulasi
- Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik