

**PENGARUH *EXPERIENTIAL* MARKETING TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PELANGGAN CGV *COLLECTIBLE* TICKET)**

JASMINE CAMILIA NUGROHO



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan *CGV Collectible Ticket*)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Jasmine Camilia Nugroho K14190053

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

JASMINE CAMILIA NUGROHO. Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan CGV *Collectible Ticket*). Dibimbing oleh LINDA KARLINA SARI dan HENY KUSWANTI SUWARSINAH.

Industri film di sektor bioskop berkembang pesat dengan persaingan ketat dan perubahan cara menikmati film akibat teknologi dan layanan *streaming*. Bioskop seperti CGV menggunakan strategi pemasaran seperti *experiential marketing* melalui *collectible ticket* untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan CGV *collectible ticket* menggunakan metode *purposive sampling* serta analisis SEM dan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, *experiential marketing* tidak berpengaruh terhadap loyalitas, dan *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Kata kunci: CGV *collectible ticket*, *experiential marketing*, kepuasan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

JASMINE CAMILIA NUGROHO. The Influence of *Experiential Marketing* on Customer Satisfaction and Loyalty (Case Study of CGV *Collectible Ticket* Customers). Supervised by LINDA KARLINA SARI and HENY KUSWANTI SUWARSINAH.

The film industry in the cinema sector is rapidly growing with intense competition and changing ways of enjoying films due to technology and streaming services. Cinemas like CGV use marketing strategies such as *experiential marketing* through *collectible ticket* to enhance customer satisfaction and loyalty. This study analyzes the influence of *experiential marketing* on the satisfaction and loyalty of CGV *collectible ticket* customers using *purposive sampling* methods and SEM and descriptive analysis. The results show that *experiential marketing* affects customer satisfaction, satisfaction affects customer loyalty, *experiential marketing* does not directly affect loyalty, and *experiential marketing* influences loyalty through customer satisfaction as a mediating variable.

Keywords: CGV *collectible ticket*, *experiential marketing*, customer satisfaction, customer loyalty



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**PENGARUH *EXPERIENTIAL* MARKETING TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PELANGGAN CGV *COLLECTIBLE* TICKET)**

JASMINE CAMILIA NUGROHO

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. **Dr. Raden Dicky Indrawan, S.P., M.M.**
2. **Ir. Retnaningsih, M.Si.**

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan *CGV Collectible Ticket*)

Nama : Jasmine Camilia Nugroho
NIM : K14190053

Disetujui oleh:

Pembimbing 1:
Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si.



Pembimbing 2:
Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec.



Diketahui oleh:

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian:
9 Juli 2024

Tanggal Lulus:
9 Agustus 2024

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan *CGV Collectible Ticket*)”. Selama proses penyusunan karya ilmiah ini, penulis telah mendapatkan banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si. dan Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang berharga dalam penyusunan karya ilmiah ini.
2. Dr. Raden Dicky Indrawan, S.P., M.M. dan Ir. Retnaningsih, M.Si. selaku dosen penguji, Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc. selaku dosen seminar, yang telah memberikan masukan pada penelitian ini.
3. Seluruh dosen pengajar program studi Bisnis dan tenaga akademik sekolah bisnis IPB yang telah memberikan banyak ilmu dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
4. Ayah, Ibu, dan Adik penulis, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi yang diberikan.
5. Teman-teman dan rekan-rekan seperjuangan, yang telah memberikan bantuan, dukungan moral, dan semangat dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk apapun, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan karya ilmiah ini.

Penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

Jasmine Camilia Nugroho

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Experiential Marketing</i>	7
2.2 Kepuasan Pelanggan	9
2.3 Loyalitas Pelanggan	11
2.4 <i>CGV Collectible Ticket</i>	12
2.5 Penelitian Terdahulu	13
2.6 Kerangka Pemikiran	15
2.7 Hipotesis Penelitian	16
III METODE	
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.3 Teknik Penentuan Sampel	18
3.4 Metode Analisis Data	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Analisis Deskriptif	24
4.2 Hasil Analisis SEM	33
4.3 Pembahasan Penelitian	44
V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53
RIWAYAT HIDUP	57

DAFTAR TABEL

1 Jumlah bioskop dan pendapatan bersih bioskop CGV	4
2 Pemberian bobot skala likert	19
3 Variabel penelitian	21
4 Hasil karakteristik responden	24
5 Hasil <i>sense experience</i>	26
6 Hasil <i>feel experience</i>	27
7 Hasil <i>think experience</i>	28
8 Hasil <i>act experience</i>	29
9 Hasil <i>relate experience</i>	29
10 Hasil kepuasan pelanggan	30
11 Hasil loyalitas pelanggan	32
12 Hasil <i>convergen validity</i>	34
13 Hasil <i>discriminant validity</i>	35
14 Hasil <i>cronbach alpha</i>	36
15 Hasil <i>composite reliability</i>	36
16 Hasil <i>average variance extracted</i>	37
17 Hasil <i>R square</i>	38
18 Kontribusi indikator terhadap <i>experiential marketing</i>	40
19 Kontribusi indikator terhadap kepuasan pelanggan	41
20 Kontribusi indikator terhadap loyalitas pelanggan	42
21 Hasil <i>path coefiecient</i> pengaruh langsung	43
22 Hasil <i>path coefiecient</i> pengaruh tidak langsung	43

DAFTAR GAMBAR

1 Total jumlah penonton film Indonesia	1
2 CGV <i>collectible ticket</i> The Garfield Movie	12
3 Kerangka penelitian	16
4 Bagan diagram	20
5 <i>Outer model</i>	34
6 Evaluasi <i>inner model</i>	38
7 1 versi CGV <i>collectible ticket</i> pada film <i>Insidious</i>	47
8 7 versi CGV <i>collectible ticket</i> pada film <i>Guardians of the Galaxy</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner penelitian	53
------------------------	----

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.