



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KUALITAS
PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi Pada UMKM Dodol Syukur Desa Laren Kecamatan Bumiayu)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Oleh:

ASKIANA HAYATI

41221018

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025



**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KUALITAS
PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, PERSEPSI HARGA, DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi Pada UMKM Dodol Syukur Desa Laren Kecamatan Bumiayu)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

Oleh:

ASKIANA HAYATI

41221018

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025

HALAMAN PEGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA UMKM DODOL SYUKUR DESA LAREN KECAMATAN BUMIAYU)**

Oleh

Nama : Askiana Hayati
NIM : 41221018
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 19 bulan Agustus tahun 2025.

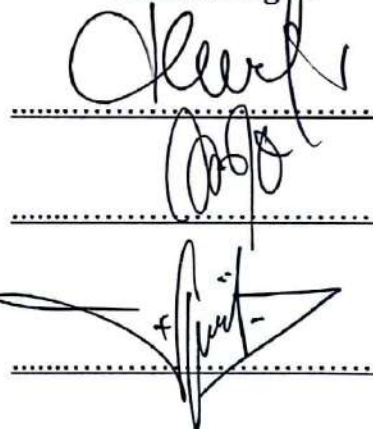
DEWAN PENGUJI

Nama Penguji
Ketua Tim Penguji/Pembimbing
Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIDN. 0622059001

Dosen Penguji I
Dr. Qori Al Banin, S.E., M.Si
NIDN. 0607098601

Dosen Penguji II
Sugeng Rianto, S.H., M.Si
NIDN. 0611056503

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan
Pada tanggal 25 Agustus 2025

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis


Mukhlis S.E., M.M
NIPY.16.02.120

Ketua
Program Studi Manajemen


Sarah Dien Hawa S.E., M.Si
NIPY.16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Askiana Hayati

NIM : 41221018

Jurusan : Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini merupakan karya orisinil saya sepenuhnya, dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar pustaka.

Jika dikemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensinya berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 22 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Askiana Hayati

Nim. 41221018

MOTTO PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

(Ar-Ra'd ayat 11)

“Hidup adalah perjalanan belajar tanpa akhir. kadang kita melukai, kadang kita terluka. Semua orang pernah salah langkah, keliru mengambil keputusan, atau gagal memahami sudut pandang orang lain.

Tapi hidup bukan tentang sempurna, melainkan tentang belajar, memaafkan, dan tumbuh. Jadi teruslah rendah hati, jadilah pemaaf, dan jangan berhenti memperbaiki diri.”

(Ust. Hanan Attaki)

Allhamdulillahirabbil'alamin puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas kasih sayang dan bimbingan-Nya yang luar biasa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Tidak ada halaman dalam skripsi ini yang lebih indah daripada halaman persembahan. Oleh karena itu, saya persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua saya tercinta, Bapak Teguh Setiawan dan Ibu Haryati, yang senantiasa mendoakan dan memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah memberikan yang terbaik. Semoga senantiasa diberikan kebahagiaan yang belimpah dan selalu dalam lindungan-Nya. *Aamiin*

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, sebab atas izin dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen, Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Peradaban. Dalam penyelesaian skripsi ini, tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan serta memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada saya. Serta seluruh staf Universitas Peradaban Bumiayu, yang telah memberikan layanan kepada saya.
6. Kedua orang tua saya Bapak Teguh Setiawan dan Ibu Haryati yang telah memberikan segalanya baik materi, doa, kasih sayang, motivasi, nasehat, dan kesabaran yang tidak tergantikan dengan apapun.
7. Rekan-rekan program studi S1 Manajemen Angkatan 2021, sahabat semasa awal kuliah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah membersamai penulis atas semua rasa suka, duka, dan membantu, serta memberi motivasi kepada saya.
8. Ibu Asiroh selaku pemilik UMKM Dodol Syukur, terima kasih atas izin, serta bimbingan yang tulus selama proses penelitian. Peran serta kebaikan Ibu telah membawa penelitian ini berjalan dengan lancar dan mencapai hasil yang

diharapkan. Semoga segala bantuan dan kemurahan hati yang Ibu berikan mendapatkan balasan yang berlimpah dari Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 10 Agustus 2025

Penulis,

ASKIANA HAYATI

NIM. 41221018

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan memainkan peran penting bagi UMKM Dodol Syukur karena menjadi fondasi utama untuk keberlanjutan bisnis. UMKM Dodol Syukur mengalami penurunan pendapatan dan permintaan konsumen, yang diduga disebabkan oleh berbagai faktor. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi konsumen dan kinerja pemasaran yang secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing*, kualitas pelayanan, *brand image*, persepsi harga, dan promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Dodol Syukur. Metode penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 230 responden. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan program SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *experiential marketing*, kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, *brand image* terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Experiential Marketing*, Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRAC

Customer satisfaction plays a crucial role for the Dodol Syukur MSME as it serves as the primary foundation for business sustainability. The Dodol Syukur MSME experienced a decline in revenue and consumer demand, suspected to be caused by various factors. This phenomenon indicates a gap between consumer expectations and marketing performance, which directly impacts customer satisfaction. This study aims to analyze the influence of experiential marketing, service quality, brand image, price perception, and sales promotion on customer satisfaction at the Dodol Syukur MSME. The research method used was quantitative, with a non-probability sampling technique and purposive sampling. The sample size for this study was 230 respondents. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS program. The results of this study indicate that experiential marketing, service quality, price perception, and sales promotion variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, brand image has a negative and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Experiential Marketing, Service Quality, Brand Image, Price Perception, Sales Promotion, Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PEGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRAC</i>.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	11
A. Telaah Pustaka	11
1. Kepuasan Pelanggan	11
2. Experiential Marketing	12
3. Kualitas Pelayanan.....	13
4. Brand Image.....	14

5. Persepsi Harga.....	16
6. Promosi Penjualan	17
B. Perumusan Model Penelitian.	18
1. Penelitian Terdahulu	18
2. Perumusan Hipotesis.....	23
3. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	30
A. Metode Penelitian	30
B. Teknik Analisis Data.....	36
1. Analisis Deskriptif	36
2. Analisis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)	
38	
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	51
1. Analisis Deskriptif	51
2. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	60
3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	69
C. Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Data Pendapatan Bersih UMKM Dodol Syukur 6 Bulan Terakhir Tahun 2024.....	4
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 5 Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	50
Tabel 6 Deskriptif Variabel <i>Experiental marketing</i> (X1).....	52
Tabel 7 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	53
Tabel 8 Deskriptif Variabel Brand Image (X3)	55
Tabel 9 Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X4).....	56
Tabel 10 Deskriptif Variabel Promosi Penjualan (X5).....	57
Tabel 11 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
Tabel 12 Evaluasi Validitas Konvergen Konstruk Eksogen <i>Experiental marketing</i>	61
Tabel 13 Evaluasi Validitas Konvergen Konstruk Eksogen Kualitas Pelayanan (X2)	62
Tabel 14 Evaluasi Validitas Konvergen Konstruk Variabel <i>Brand Image</i> (X3)....	62
Tabel 15 Evaluasi Validitas Konvergen Konstruk Variabel Persepsi Harga (X4).	63
Tabel 16 Evaluasi Validitas Konvergen Konstruk Variabel Promosi Penjualan (X5)	63
Tabel 17 Evaluasi Validitas Konvergen Konstruk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	64

Tabel 18 Konstruksi <i>Reliability</i> dan <i>Validity</i>	64
Tabel 19 Evaluasi Validitas Diskriminan – <i>Cross Loading</i>	65
Tabel 20 Nilai <i>Fornell – Larcker Criterion</i>	66
Tabel 21 Evaluasi Statistik Kolinearitas (<i>Collinearity Statistics</i>).....	67
Tabel 22 Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	68
Tabel 23 Evaluasi <i>Colinearity Statistics (Inner VIF)</i>	70
Tabel 24 Evaluasi Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	71
Tabel 25 Evaluasi Koefisien Efek (<i>F Square</i>).....	71
Tabel 26 <i>Q² Predictive Relevance</i>	73
Tabel 27 Evaluasi <i>PLS Predict</i>	74
Tabel 28 Signifikansi dan Relevansi Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	75
Tabel 29 <i>Convidence Intervals 95%</i>	76
Tabel 30 Pengujian Hipotesis Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	78
Tabel 31 Kesesuaian Model (<i>Model Fit</i>).....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 2 Hasil Evaluasi <i>Outer Model</i>	61
Gambar 3 Hasil Pengujian Hipotesis	77

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	99
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel <i>Experiential Marketing</i>	105
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan	111
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel <i>Brand Image</i>	117
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Persepsi Harga	123
Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Promosi Penjualan	129
Lampiran 7 Data Tabulasi Variabel Kepuasan Pelanggan	135
Lampiran 8 Nilai <i>Outer Loadings</i>	141
Lampiran 9 Gambar Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	142
Lampiran 10 <i>Output</i> Konstruksi Reliabilitas dan Validitas	143
Lampiran 11 <i>Output</i> Evaluasi Validitas Diskriminan - <i>Cross Loading</i>	144
Lampiran 12 <i>Output</i> Evaluasi Validitas Diskriminan - <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	145
Lampiran 13 <i>Output Collinearity Statistic (Outer VIF)</i>	146
Lampiran 14 <i>Output</i> Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	147
Lampiran 15 Gambar Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	148
Lampiran 16 <i>Output Collinearity Statistic (Inner VIF)</i>	149
Lampiran 17 <i>Output R Square</i>	150
Lampiran 18 <i>Output F Square</i>	151
Lampiran 19 <i>Output Q² Predictive Relevance</i>	152
Lampiran 20 <i>Output PLS-Predict</i>	153
Lampiran 21 <i>Output</i> Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	154

Lampiran 22 <i>Output</i> Konfidensi Interval 95% dari Koefisien Jalur	155
Lampiran 23 <i>Output Direct Effect</i>	156
Lampiran 24 <i>Output</i> Model Fit	157
Lampiran 25 Daftar Riwayat Hidup.....	158