



**Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Sales Promotion* Terhadap  
Loyalitas Pelanggan Go-Ride Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai  
Variabel Intervening  
(Studi pada Pelanggan Go-Ride di Semarang)**

**Skripsi**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan  
Pendidikan Strata 1  
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Wiranti Martha Sari Hutabarat**

**NIM : 14020216130073**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wiranti Martha Sari Hutabarat  
NIM : 14020216130073  
Tempat/ Tanggal Lahir : Medan, 14 April 1998  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Sales Promotion* Terhadap Loyalitas  
Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening  
(Studi pada Pelanggan Go-Ride di Semarang)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana dipergunakan.

Semarang, 5 Maret 2020

Pembuat Pernyataan,

Wiranti Martha Sari Hutabarat

NIM : 1402021630073

## PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Sales Promotion* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Go-Ride di Semarang)

Nama Penyusun : Wiranti Martha Sari Hutabarat

NIM : 14020216130073

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.


Semarang, 5 Mei 2020

Dekan




Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P  
NIP. 19640827 1990001 1 001

Wakil Dekan I



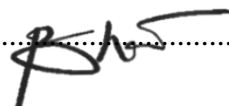


Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin  
NIP. 19690822 199403 1 003

### Dosen Pembimbing :

1. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D (  )
- 2.

### Dosen Penguji Skripsi :

1. Dr. Drs. Ngatno, MM (  )
2. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si (  )
3. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D (  )

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang.

(Amsal 23:18)

Lebih baik berlindung pada Tuhan dari pada percaya kepada manusia.

(Mazmur 118:8)

### **Persembahan**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus untuk kemurahan dan anugerahNya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi seturut kehendakNya.
2. Kedua orang tuaku tercinta, M. Hutabarat dan T. Simanjuntak yang selalu mendukung dan menyemangatiku dengan segala keterbatasan jarak dan waktu. Terima kasih sudah mempercayakan aku menyelesaikan studi di Semarang.
3. Temanku terkasih, Hadyan Ade yang telah menjadi penyemangat dan pendukung selama proses penyelesaian skripsi. Terima kasih sudah selalu ada dan mengasihiku.
4. Sahabat-sahabatku tersayang, Christine Regina, Alesia Sitepu, dan Veren Audre yang selalu ada setiap saat mendengarkan sambat, mendoakan yang terbaik, dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
5. Teruntuk seniorku, Kak Ayu Virta yang bersedia menempuh jarak demi mengajarkanku SPSS. Meski tidak pernah mengenal sebelumnya, namun terima kasih sudah mau menjawab semua pertanyaanku tanpa mengenal waktu.
6. Teman seperbimbinganku, Natania Reandra, Aulia Hanny, Krisna Adi, Maydita, dan Dini yang saling mendukung dan membangun selama penyusunan skripsi.
7. Sahabat jarak jauhku, Mien Shavero, Ivana Simanungkalit, Angelica Ester, Daniel Simbolon, dan Chrisvanny yang selalu mengirim doa dan dukungan tanpa mengenal jarak meski terkadang komunikasi terhalang kesibukan skripsi dan pekerjaan masing-masing.
8. Teman-teman alumni Angkatan II SUD, Susan Cintia, Melda, dan Ravlecia yang saling mendukung di tanah perantauan.

9. Teman-teman Jurusan Administrasi Bisnis FISIP UNDIP 2016, terima kasih atas waktu dan memori senang dan susah selama kuliah.
10. Teman-teman KKN Desa Ringinpitu, Kab. Grobogan atas pengalamannya selama 42 hari. Terima kasih sudah berjuang bersama.
11. Ekobis BEM FISIP UNDIP 2018, terima kasih atas kebersamaan, pelajaran, hingga pengalaman yang tidak terlupakan. Terima kasih sudah membagi ilmu hingga bertumbuh bersama.
12. Wiranti Martha Sari Hutabarat, terima kasih sudah bertahan dan berjuang menyelesaikan skripsi ditengah banyaknya rintangan. Bersyukur sekali menjadi Wiranti dengan segala kekurangan dan kelebihannya.

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *SALES PROMOTION*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Pelanggan Go-Ride di Semarang)**

**ABSTRAK**

*Ride hailing* adalah transportasi yang memanfaatkan platform *online* dengan menghubungkan penumpang dan pengemudi. Di Indonesia, *ride hailing* berkembang dengan pesat ditandai dengan kehadiran layanan jasa sejenis. PT Gojek Indonesia adalah pioneer *ride hailing* dengan layanan jasa Go-Ride. Aplikasi Gojek diluncurkan pada Januari 2015 dengan fitur Go-Ride. Kini Gojek sudah berkembang menjadi 14 layanan dengan jutaan kali download disertai 2 juta mitra pengemudi yang tersebar di 203 kota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan *sales promotion* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Go-Ride. Ini adalah *explanatory research*, pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner *online google form*. Sampel yang digunakan adalah 100 responden Go-Ride Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif dengan validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, uji t, uji F, dan uji Sobel.

Hasil uji Sobel menyatakan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi parsial antara *experiential marketing* dan *sales promotion* terhadap loyalitas pelanggan. Koefisien korelasi variabel *experiential marketing* dan *sales promotion* terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat. Koefisien determinasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan senilai 53,4% oleh kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan senilai 60,7% oleh *experiential marketing* dan *sales promotion*.

**Kata kunci: *Ride Hailing*, *Experiential Marketing*, *Sales Promotion*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.**

**THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND SALES  
PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH  
CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE  
(Case Study On Go-Ride Customers In Semarang)**

**ABSTRACT**

*Ride hailing is a transportation that utilizes an online platform by connecting passengers and drivers. In Indonesia hailing is growing rapidly marked by the presence of similar services. PT Gojek Indonesia is a pioneer hailing ride with Go-Ride services. The Gojek application was launched in January 2015 with the Go-Ride feature. Now Gojek has grown to 14 services with millions of downloads accompanied by 2 million driver partners spread across 203 cities.*

*This study aims to determine the effect of experiential marketing and sales promotion on customer loyalty through Go-Ride customer satisfaction. This is explanatory research, sampling using nonprobability sampling techniques, purposive sampling method. Data collection using the google form online questionnaire. The sample used was 100 Go-Ride Semarang respondents. This study uses quantitative and qualitative analysis with validity, reliability, correlation coefficient, determination coefficient, simple and multiple regression, t test, F test, and sobel test.*

*The Sobel test results state that customer satisfaction is able to partially mediate between experiential marketing and sales promotion on customer loyalty. The correlation coefficient of experiential marketing and sales promotion variables to customer satisfaction has a strong relationship. The coefficient of determination of customer loyalty can be explained as much as 53.4% by customer satisfaction. The coefficient of determination of customer satisfaction can be explained worth 60.7% by experiential marketing and sales promotion.*

***Keywords: Ride Hailing, Experiential Marketing, Sales Promotion, Customer Satisfaction, Costumer Loyalty***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang berjudul **“Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Sales Promotion* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Go-Ride di Semarang)**

Penulisan skripsi melibatkan banyak pihak yang telah membantu dengan doa, dukungan yang tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan yang mulia ini, penulis ingin menyampaikan beberapa ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan dan arahan dalam penyusunan skripsi.
3. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos, M.Si, selaku wali dosen dan dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan dorongan untuk saya selama kuliah.
4. Dr. Drs. Ngatno, MM. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu selama proses perkuliahan.
6. Seluruh responden di Kota Semarang yang telah bersedia mengisi kuesioner.
7. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.



Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 5 Maret 2020

Wiranti Martha Sari Hutabarat  
14020216130073