

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN MASYARAKAT KOTA TANJUNGPINANG PADA WINAYA *FLOWER'S***

**DANDI  
NIM. 190461201098**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Dandi  
Nim : 190461201098  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Kota Tanjungpinang Pada Winaya *Flower's*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan dan diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Dosen Pembimbing I

Hj. Iranita, SE., M.Si  
NIP. 197008272021212003

Menyetujui,

Mirza Ayunda Pratiwi, SE., M.Sc  
NIP. 199009292022032011

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Catri Jintar, SE., M.Si</u> NIP. 196210191993101002	Ketua Penguji		23/7/2024
<u>Hj. Iranita, SE., M.Si</u> NIP. 197008272021212003	Penguji I		27/8/2024
<u>Kiki Wulandari, SE., M.Si</u> NIP. 199201212019032018	Penguji II		2/8/2024
<u>Mirza Ayunda Pratiwi, SE., M.Sc</u> NIP. 199009292022032011	Penguji III		21/7/2024
<u>Lastri Anggi Fani, S.A.B., M.B.A</u> NIP. 199412232022032011	Penguji IV		1/8/2024

Tanggal Lulus: 30 Juli 2024

Mengetahui,

Pt. Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdurrahman Nurjadi, S.P., M.H  
NIP. 19708052021211005

Ketua Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Universitas Maritim Raja Ali Haji

Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508222019031012

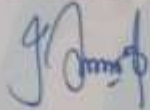
**LEMBAR PERSETUJUAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dandi  
Nim : 190461201098  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Kota Tanjungpinang Pada *Winaya Flower's*

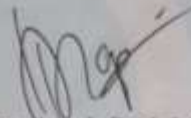
Disetujui untuk digunakan dalam (Sidang Skripsi)  
Tanjungpinang, 29 Juli 2024  
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Hi. Iranita, SE., M.Si  
NIP. 197008272021212003

Dosen Pembimbing II



Mirza Ayunda Pratiwi, SE., M.Sc  
NIP. 199009292022032011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdul Jalal, SE., M.Si  
NIP. 198508042021211001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dandi  
Nim : 190461201098  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Kota Tanjungpinang Pada *Winaya Flower's*

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 29 Juli 2024

Yang



Date  
NIM. 190461201098

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah S.W.T yang selalu memberikan rahmat dan menganugerahkan hidayah-Nya, sehingga penulis telah menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Kota Tanjungpinang Pada Winaya *Flower's*” dapat selesai. Tidak lupa shalawat dan salam selalu terhantarkan pada baginda Nabi Muhammad S.A.W yang menjadi rahmat bagi seluruh lini kehidupan. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana manajemen pada program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua Orang Tua Ayah Asril dan Ibunda Welly Suryani yang selalu memberikan do'a yang tiada henti, nasihat, motivasi, semangat, dan dukungan baik moral maupun materil menghantarkan kami hingga pendidikan yang tertinggi terimakasih banyak.
2. Kepada teman teman saya M.Yaintri Putra, Rama Wahyu Pratama, Andi Riski Betsonier Ginting terima kasih telah kebersamai saya selama penyelesaian tugas akhir ini semoga kita di pertemukan di lain waktu dengan orang yang sama dan pastinya semoga kita diberikan jalan terbaik oleh yang maha kuasa buat kedepannya.
3. Universitas Maritim Raja Ali Haji yang dipimpin oleh Rektor Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA.

4. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Raja Ali Haji yang dipimpin oleh Plt. Dekan Dr. Suryadi, S.P., M.H.
5. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Raja Ali Haji yang dijabat oleh Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si
6. Dosen pembimbing Pertama Ibu Hj. Iranita, SE., M.Si dan Dosen pembimbing Kedua Ibu Mirza Ayunda Pratiwi, SE., M.Sc yang telah membimbing dengan baik dan pastinya terimakasih atas ilmu yang diberikan selama ini semoga saya bisa menerapkan ilmunya di tempat yang baru dengan baik.

Semoga Allah S.W.T mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada seluruh pihak yang telah banyak memberikan dukungan, do'a dan hal hal bermanfaat lainnya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dan semoga bermanfaat bagi semua pihak yang membantu. Dengan keterbatasan pengetahuan, waktu dan kemampuan, penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini. Akhir kata penulis mengharapkan kritik dan saran demi keberlangsungan dan perkembangan keilmuan dimasa yang akan datang.

Tanjungpinang, 30 Juli 2024



Dandi

Nim. 190461201098

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b><i>ABSTRACT</i></b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Pembatasan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Sistematika Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS</b> .....	<b>10</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Minat Pembelian.....	11

2.1.1.1 Pengertian Minat Pembelian.....	11
2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian.....	12
2.1.1.3 Indikator Minat Pembelian.....	13
2.1.3 <i>Experiential Marketing</i> .....	15
2.1.3.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i> .....	16
2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Experiential Marketing</i> .....	18
2.1.3.3 Indikator <i>Experiential Marketing</i> .....	19
2.1.4 Kualitas Layanan.....	19
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	19
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan.....	21
2.1.4.3 Indikator Kualitas Layanan.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.4.1 <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Minat Pembelian.....	28
2.4.2 Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian.....	29
2.4.3 <i>Experiential Marketing</i> , Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian.....	31
2.5 Hipotesis.....	33



<b>BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.1.1 Objek Penelitian.....	34
3.1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	35
3.4 Metode Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1 Populasi Penelitian.....	38
3.4.2 Sampel Penelitian.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5.1 Data Primer.....	41
3.5.1.1 Kuesioner.....	41
3.5.2 Data Sekunder.....	46
3.6 Metode Analisis.....	46
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.6.2 Uji Instrumen Data.....	48
3.6.2.2 Uji Validitas.....	48
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.2.2 Uji Normalitas.....	49
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas.....	49
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	51

3.6.5 Uji Hipotesis.....	52
3.6.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	52
3.6.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	53
3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ).....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Profil Objek Penelitian.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Distribusi Kuesioner.....	56
4.2.2 Identitas Responden.....	56
4.2.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat ini.....	59
4.2.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal.....	60
4.2.3 Deskripsi Tanggapan Responden.....	62
4.2.3.1 Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	62
4.2.3.2 Variabel Kualitas Layanan.....	66
4.2.3.3 Variabel Kepuasan Konsumen.....	68
4.2.3.3 Variabel Minat Pembelian.....	70
4.2.4 Hasil Pengujian Statistik.....	70

4.2.5 Uji Kualitas Data.....	71
4.3.1.1 Uji Validitas.....	71
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	75
4.2.6 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.2.6.1 Uji Normalitas.....	77
4.2.6.2 Uji Multikolinearitas.....	81
4.2.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	82
4.2.7 Uji Regresi Linear Berganda.....	83
4.2.8 Uji Hipotesis.....	85
4.2.8.1 Uji t (Uji Parsial).....	85
4.2.8.2 Uji F (Uji Simultan).....	87
4.2.8.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	88
4.3 Pembahasan Hipotesis.....	88
4.4.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Minat Pembelian.....	89
4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian.....	92
4.4.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> , Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian.....	94
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	98

**DAFTAR PUSTAKA..... 100**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pembelian Produk oleh Konsumen Selama Januari- November 2022.....	2
2.1	Penelitian Terdahulu.....	24
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	37
3.2	Jumlah Masyarakat Kota Tanjungpinang Tahun 2019-2022.....	38
3.3	Skala <i>Likert</i> .....	42
3.4	Kriteria Interval Skor.....	42
3.5	Butir Pernyataan Kuesioner Penelitian.....	44
3.6	Tolak Ukur Skor Rata-rata.....	47
4.1	Distribusi Kuesioner.....	56
4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.3	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.4	Profil Responden Pekerjaan Saat Ini.....	59
4.5	Profil Responden Daerah Tempat Tinggal.....	61
4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Experiential</i> <i>Marketing</i> .....	63
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan....	66
4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Pembelian....	68
4.9	Hasil Uji Deskriptif.....	70
4.10	Hasil Uji Validitas <i>Experiential Marketing</i> .....	72

4.11	Hasil Revisi Uji Validitas <i>Experiential Marketing</i> .....	73
4.12	Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan.....	73
4.13	Hasil Uji Validitas Minat Pembelian.....	74
4.14	Hasil Reliabilitas <i>Experiential Marketing</i> .....	76
4.15	Hasil Reliabilitas Kualitas Layanan.....	76
4.16	Hasil Reliabilitas Minat Pembelian.....	77
4.17	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	79
4.18	Hasil Evaluasi Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	81
4.19	Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
4.20	Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Glejser</i> .....	83
4.21	Hasil Uji <i>Regresi Linear Berganda</i> .....	83
4.22	Hasil Uji t (Parsial).....	86
4.23	Hasil Uji F (Simultan).....	86
4.24	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	88

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran.....	33
3.1	Paradigma Penelitian.....	58
4.1	Lokasi Winaya Flower's.....	66
4.2	Diagram <i>Pie chart</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.3	Diagram <i>Pie chart</i> Berdasarkan Usia.....	59
4.4	Diagram <i>Pie chart</i> Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.5	Diagram <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal.....	61
4.6	Grafik <i>Histogram</i> .....	77
4.7	Grafik <i>P-Plot</i> .....	78
4.8	Hasil Perbaikan Grafik Histogram.....	80
4.9	Hasil Evaluasi <i>P-Plot</i> .....	80
4.10	Hasil Uji Grafik <i>Scatterplot</i> .....	82
4.11	Hasil Uji Hipotesis.....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran i	Kuesioner.....	107
Lampiran ii	Tabulasi Jawaban Responden.....	113
Lampiran iii	<i>Output</i> Olahan Data Penelitian.....	121
Lampiran iv	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	136
Lampiran v	Rangkuman r-tabel, t-tabel dan F-tabel.....	142

