

**TESIS**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI PROGRAM PETANI DI  
TIMOR LESTE**



**Diajukan Oleh:**

Esmerald Skolastika Jeanne Doy Ximenes

NPM: 225027014/PS/MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**2023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

---

**PERSETUJUAN TESIS**

Nama : Esmerald Skolastika Jeanne Doy Ximenes  
Nomor Mahasiswa : 225027014  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Program Petani di Timor Leste.

**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda Tangan**

Dr. J. Ellyawati, MM.

07 Oktober 2023



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama : Esmerald Skolastika Jeanne Doy Ximenes  
Nomor Mahasiswa : 225027014  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Program Petani di Timor Leste.

<b>Nama Penguji</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Tanda Tangan</b>
Dr. J. Ellyawati, MM.	26/ 01/2024	

Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc	31/01/2024	
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D	29/01/2024	

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**

Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc

**Dekan  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D  
DIAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul:

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI PROGRAM PETANI DI  
TIMOR LESTE.**

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain. Pernyataan, ide, maupun data hasil penelitian yang bersumber dari tulisan atau karya orang lain telah disebutkan dalam kutipan dan daftar Pustaka, sebagaimana layaknya penulisan karya ilmiah.

Yogyakarta, 15 November 2023

Esmerald Skolastika

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Experiential Marketing* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Program Petani Di Timor leste. Sebanyak 200 kuesioner sampel yang valid dengan pengalaman konsumen berbelanja melalui Aplikasi Halo Dili maksimal 2 bulan terakhir diambil. Model pengukuran dibuat berdasarkan tanggapan valid dari kuesioner online dengan bantuan Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda, dengan menggunakan program SPSS. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Responden digolongkan dalam beberapa jenis karakteristik berdasarkan usia, lama pemakaian aplikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan konsumen aplikasi program petani di Timor Leste dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Kata Kunci:** *Experiential marketing, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan.*

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of Experiential Marketing and Customer Satisfaction on Customer Loyalty on the Farmer Program Application in Timor Leste. A total of 200 valid sample questionnaires with consumer experience shopping through the Halo Dili Application in the last 2 months maximum were taken. The measurement model was created based on valid responses from online questionnaires with the help of the data analysis technique used in this study is multiple linear analysis, using the SPSS program. Determination of the sample in this study using purposive sampling. Respondents are classified into several types of characteristics based on age, length of application usage. The results of this study indicate that Experiential Marketing has a positive and significant effect on Customer Loyalty of farmer program application consumers in Timor Leste and Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty.*

***Keywords:*** *Impulse Buying, Social Commerce, Live Shopping, Online Shopping.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	4
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I.....	13
PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang Masalah.....	13
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.5 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II.....	23
TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Tinjauan Konseptual.....	23
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i> .....	23
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	25
2.2 PENELITIAN TERDAHULU.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> pada Loyalitas Konsumen.....	32

2.3.2	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen.....	33
2.4	Model Penelitian .....	34
BAB III .....		36
METODOLOGI PENELITIAN.....		36
3.1	Lingkup Penelitian .....	36
3.2	Definisi Operasional.....	36
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.3.1	Jenis Data.....	40
3.3.2	Sumber Data.....	40
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan .....	41
3.5.1	Populasi .....	41
3.5.2	Sampel.....	41
3.5.3	Teknik Penyampelan .....	42
3.6	Teknik Analisis Data .....	42
3.6.1	Uji Reabilitas dan Uji Validitas .....	43
3.6.1.1	Uji Reliabilitas .....	43
3.6.1.2	Uji Validitas .....	43
3.6.2	Uji Regresi Linear Berganda .....	43
3.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
3.6.4	Uji Hipotesis.....	44
3.6.4.1	Uji t .....	44
3.6.4.2	Uji F.....	44
BAB IV .....		46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		46



BAB V .....	65
PENUTUP.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Table 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi operasional.....	23
Table 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi.....	31
Tabel 4.4 Interval Nilai Rata-rata.....	32
Tabel 4.5 Mean dan Standar Deviasi <i>Experiential Marketing</i> .....	32
Tabel 4.6 Mean dan Standar Deviasi Kepuasan Pelanggan.....	34
Table 4.7 Mean dan Standar Deviasi Loyalitas Pelanggan.....	35
Table 4.8 Uji Validitas.....	36
Tabel 4.9 Uji Reabilitas.....	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	38
Tabel 4.11 Uji t.....	39
Tabel 4.12 Uji F.....	40
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi.....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 FarmPro Fresh Box dan Sistem Pengemasan.....	3
Gambar 1.2 Aplikasi Halo Dili dan Pilihan Bahan Makanan.....	4
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	21

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian .....	57
Lampiran 2 Jawaban responden .....	64
Lampiran 3 Pengolahan data Spss .....	73