

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA KLINIK KECANTIKAN BENING'S
CLINIC SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

SHELIA TIARA ANDIKA
NPM. 1121900058

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA KLINIK KECANTIKAN BENING'S
CLINIC SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

SHELIA TIARA ANDIKA
NPM. 1121900058

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Shelia Tiara Andika

NPM : 1121900058

Judul : PENGARUH *RELATIONSHIP* MARKETING DAN *EXPERIENTIAL* MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KLINIK KECANTIKAN BENING'S CLINIC SURABAYA

Surabaya, 3 Juli 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP.20120.87.0103

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP.20120.87.0103

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 3 Juli 2023 :

Dewan Penguji :

**1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
Penguji 1**

(.....)

**2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M
Penguji 2**

(.....)

**3. Dra. Sri Andayani, M.M
Penguji 3**

(.....)

Mengesahkan,

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP.20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Shelia Tiara Andika

NPM : 1121900058

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Marketing* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Bening's Clinic Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagian plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 3 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



(Shelia Tiara Andika)



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shelia Tiara Andika
NBI/ NPM : 1121900058
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh *Relationship Marketing* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Bening’s Clinic Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 agustus 1945 surabaya

Pada tanggal : 3 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Shelia Tiara Andika)

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, sangat sulit mempertahankan konsumen agar tetap loyal kepada perusahaan. Perusahaan harus meningkatkan dan selalu memperbarui sistem pada strategi pemasarannya agar dapat mempertahankan konsumennya dalam jangka panjang. Strategi yang sesuai yaitu *relationship marketing* adalah strategi pemasaran bagaimanakah perusahaan menjalin hubungan baik dengan konsumennya supaya menggunakan produk / jasanya kembali. Pada dasarnya kepuasan konsumen sangat diharapkan oleh perusahaan, karena pengalaman yang dirasakan konsumen dapat mencerminkan seberapa suka atau tidak suka konsumen terhadap perusahaan. Karena itu perusahaan harus mampu mempertahankan dan memberikan pengalaman yang berkesan kepada konsumennya sehingga dapat menumbuhkan kepuasan bagi konsumen. Untuk memberikan pengalaman yang berkesan, strategi yang dipilih oleh perusahaan adalah menerapkan strategi *experiential marketing*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *relationship marketing* dan *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen secara signifikan. Adapun untuk mendukung penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner dan bantuan melalui program SPSS 20. Sebelum uji hipotesis, data di uji validitas dan reliabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F dan uji R². Untuk mendapatkan hasil regresi yang baik maka sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik. Populasi yang diteliti adalah semua konsumen Bening's Clinic Surabaya yang melakukan perawatan. Sampel yang digunakan adalah 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara *relationship marketing* dan *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Kecantikan Bening's Clinic Surabaya.

Kata Kunci : *Relationship Marketing, Experiential Marketing, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

In the current era of globalization, it is very difficult to keep consumers loyal to the company. Companies must improve and always update the system in their marketing strategy in order to retain their customers in the long term. The appropriate strategy, namely relationship marketing, is a marketing strategy for how companies establish good relations with consumers so that they use their products / services again. Basically, customer satisfaction is highly expected by the company, because the experience felt by consumers can reflect how much consumers like or dislike the company. Therefore, companies must be able to maintain and provide memorable experiences to their customers so that they can foster customer satisfaction. To provide a memorable experience, the strategy chosen by the company is to implement an experiential marketing strategy. The purpose of this study was to determine the influence of relationship marketing and experiential marketing on customer satisfaction significantly. As for supporting this research is done by using quantitative methods. The research instruments were in the form of questionnaires and assistance through the SPSS 20 program. Before testing the hypothesis, the data were tested for validity and reliability. To test the hypothesis using multiple regression analysis, t test, F test and R² test. To get good regression results, the classical assumption test was previously carried out. The population studied was all consumers of Bening's Clinic Surabaya who did the treatment. The sample used is 100 people. The results of this study indicate that there is a significant influence between relationship marketing and experiential marketing on customer satisfaction at Bening's Beauty Clinic Surabaya.

Keywords: Relationship Marketing, Experiential Marketing, Consumer Satisfaction

MOTTO

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat.”

(Zig Ziglar)

"Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah."

(Ayu Estiningtyas)

“Life is tough, and things don’t always work out well, but we should be brave and go on with our lives.”

(Suga BTS)

“When things get tough, look at the people who love you! You will get energy from them.”

(J-Hope BTS)

“Honestly, I wanted to give up many times. But I work hard, I believe I will succeed if I work hard”

(Suho Exo)

"Bersungguh-sungguhlah engkau dalam menuntut ilmu, jauhilah kemalasan dan kebosanan karena jika tidak demikian engkau akan berada dalam bahaya kesesatan."

(Abu Hamid Al Ghazali)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Bening’s Clinic Surabaya”. Dengan terselesaikannya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan penghargaan yang tinggi kepada :

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwiniarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya serta selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan arahan selama proses mengerjakan skripsi.
2. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. Ute Ch. Nasution, M.S selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan arahan selama proses mengerjakan skripsi.
4. Ibu Gasella Priyanka selaku PR Bening’s Clinic Surabaya dan kepada Staff Bening’s Clinic Surabaya yang telah membantu memberikan informasi mengenai Bening’s Clinic Surabaya.
5. Kepada Kedua Orang Tua saya Bapak Sukardi dan Ibu Surati, Kakak saya Sheren Shintia Andika dan Adik saya Valentino Ardian Pamungkas yang selalu memberikan dukungan serta nasehat dan semangat agar tidak mudah menyerah hingga proses pengerjaan skripsi terselesaikan.
6. Kepada Sahabat Kuliah saya Innaka Elvira Apriliana dan Nur Lailik Fauziyah yang selalu membantu saya saat kesulitan selama diperkuliahan, memberikan semangat, dukungan serta motivasi dan menghabiskan masa-masa kuliah bersama hingga proses pengerjaan skripsi.

7. Kepada Sahabat SMA saya Absonia Mebi Yunika Putri yang selalu memberikan semangat dan nasehat selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.
8. Kepada Sahabat SMP saya Rizki Amalya Izzati, Dita Cahyani Wicaksono dan Salsabilla Syabana Saskia Putri yang selalu mendengarkan keluh kesah, menghibur, memberikan dukungan kepada saya selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.
9. Kepada Teman Kuliah saya Agung Tri Wahyudi, Muhammad Andrino Rachmawan, Ananda Rachmatullah, Nurmalita Salsabilla Sani, Ega Verdynata, Hana Ayuning Cahyati, Meisha Yana Novitasari dan Whildan Ali Hanafi yang senantiasa menghibur saya pada masa-masa perkuliahan berlangsung hingga proses pengerjaan skripsi berlangsung.
10. Kepada kucing saya Piko, Betty, Mocha dan Bubu yang selalu membantu saya memperbaiki mood untuk selalu semangat dalam mengerjakan skripsi.
11. Kepada boygrup EXO dan BTS serta girlgrup BLACKPINK yang selalu memberikan saya semangat mengerjakan skripsi melalui musik-musiknya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi ini dan masih dibutuhkan kritik serta saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 3 Juli 2023

Shelia Tiara Andika

DAFTAR ISI

COVER	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	22

2.2.1 Pemasaran.....	22
2.2.2 <i>Relationship Marketing</i> (X1).....	25
2.2.2 <i>Experiential Marketing</i> (X2).....	29
2.2.4 Kepuasan Konsumen (Y).....	34
2.3 Definisi Konsep	37
2.4 Definisi Operasional	38
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel	39
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran	40
2.7 Hipotesis.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Rancangan Penelitian.....	43
3.2 Populasi Dan Sampel	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Skala Pengukuran Dan Instrumen Penelitian	45
3.3.1 Skala Pengukuran	45
3.3.2 Instrumen Penelitian	47
3.4 Jenis Data Dan Sumber Data	48
3.4.1 Jenis Data	48
3.4.2 Sumber Data.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6 Teknik Analisis Data	49
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	50
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
3.6.3 Uji Hipotesis.....	52
BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Penyajian Data.....	55
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.1.2 Karakteristik Responden.....	57

4.1.3 Uji Instrumen.....	59
4.2 Tabulasi Data.....	62
4.2.1 Tabulasi Data Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1)	62
4.2.2 Tabulasi Data Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X2).....	65
4.2.3 Tabulasi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	68
4.2.4 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1)....	71
4.2.5 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X2)	72
4.2.6 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	74
4.3 Analisis Data	76
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	76
4.3.2 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
4.3.3 Uji Hipotesis	81
4.4 Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Rekomendasi	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Tabel Skala <i>Likert</i>	46
Tabel 3.2 Interval Rata-Rata Skor	46
Tabel 3.3 Interval Koefisien	54
Tabel 4.1 Jenis Responden	57
Tabel 4.2 Usia Responden.....	57
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	58
Tabel 4.4 Pendapatan Responden.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1)	62
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X2)	65
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	68
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Responden Dan Nilai <i>Mean</i> Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1)	71
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Responden Dan Nilai <i>Mean</i> Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X2).....	72
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Responden Dan Nilai <i>Mean</i> Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	81
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.18 Hasil Uji R ²	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Preferensi Wanita Indonesia Dalam Melakukan Perawatan Kulit (Berdasarkan Generasi)	1
Gambar 1.2 <i>Founder</i> Bening's Clinic Dr. Oky Pratama, Dipl. AAAM.....	5
Gambar 1.3 <i>Review</i> Pengalaman Konsumen Bening's Clinic Surabaya.....	5
Gambar 1.4 Program Loyalitas Pelanggan Bening's Clinic Surabaya.....	6
Gambar 1.5 Bening's Clinic Surabaya Mengikuti Acara Pameran Kecantikan	8
Gambar 1.6 Kegiatan Seminar yang Diadakan Oleh Bening's Clinic Surabaya.....	9
Gambar 2.1 Model Kerangka Berfikir.....	40
Gambar 4.1 Bening's Clinic Surabaya	55
Gambar 4.2 Logo Bening's Clinic Surabaya	56
Gambar 4.3 Model Histrogram.....	76
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Peneliti Dengan Pihak Bening's Clinic Surabaya.....	95
Lampiran 2 Lembar Kartu Bimbingan	96
Lampiran 3 Surat Keterangan Turnitin.....	98
Lampiran 4 Surat Bebas Laboraturium.....	99
Lampiran 5 Lembar Pesetujuan Menjadi Responden	100
Lampiran 6 Kisi-Kisi Kuesioner	101
Lampiran 7 Karakteristik Responden	104
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas.....	106
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas	110
Lampiran 10 Hasil Model Histogram	110
Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas	111
Lampiran 12 Hasil Uji Multikolinearitas	111
Lampiran 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	112
Lampiran 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	112
Lampiran 15 Hasil Uji t.....	113
Lampiran 16 Hasil Uji F.....	113
Lampiran 17 Hasil Uji R ²	113
Lampiran 18 Bukti Penyebaran Kuesioner Secara <i>Online</i> Dan <i>Offline</i>	114
Lampiran 19 Lembar Revisi Skripsi.....	115
Lampiran 20 Hasil Turnitin Jurnal Sosialita.....	118