

**PERSETUJUAN BIMBINGAN**

**SKRIPSI**

**EKSPERIMENTAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN  
PADA PT. KARSA UTAMA LESTARI**

Oleh

**WIDYA RAHMAWATY HARUN**

**NIM. 931 414 027**

**Telah Diperiksa Dan Disetujui Untuk Diuji**

**Pembimbing I**



**Raflin Hinele, S.Pd.,M.Si**

**NIP. 197306181999031001**

**Pembimbing II**



**Andi Juanna, S.Pd.,M.Sc**

**NIP. 198411262010121004**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Manajemen**



**Hais Dama, SE.,M.Si**

**NIP. 1973030520022121003**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada PT. Karsa Utama Lestari

Oleh  
**WIDYA RAHMAWATY HARUN**  
NIM. 931414027

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji


Hari/Tanggal : Selasa, 10 April 2018

Waktu : 13.00-14.00

Penguji

1. **TINEKE WOLOK, ST.,M.M.**  
NIP. 197305232006042002
2. **DJOKO LESMANA RADJI, S.Pd, M.Si**  
NIP. 197901302003121002
3. **RAFLIN HINELO, S.Pd.,M.Si**  
NIP. 197306181999031001
4. **ANDI JUANNA, S.Pd.,M.Sc**  
NIP. 198411262010121004

1.....  
2.....  
3.....  
4.....

 Mengetahui:  
Dekan Fakultas Ekonomi

**IMRAN ROSMAN HAMBALI, S.Pd., SE., MSA**  
NIP.197008231999031005

## ABSTRAK

**WIDYA RAHMAWATY HARUN.** NIM. 931 414 027. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pada PT. Karsa Utama Lestari Kota Gorontalo. Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo 2018. Dibawah bimbingan Rafli Hineho, S.Pd.,M.Si selaku pembimbing I dan Andi Juanna,S.Pd.,M.Sc selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Experiential Marketing memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada PT. Karsa Utama Lestari Kota Gorontalo. Jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survey yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada responden dan dianalisis secara statistik. Pemilihan responden melibatkan pengunjung dari PT. Karsa Utama Lestari Kota Gorontalo yang diketahui sebanyak 96 orang yang pernah melakukan kunjungan.

Hasil penelitian memperoleh persamaan regresi yakni  $\hat{Y} = 10,673 + 0,275X$ , dengan menghasilkan  $t_{hitung}$  sebesar 1,661. Disamping itu nilai  $R^2$  sebesar 0,632 menjelaskan bahwa sebesar 40% dari experiential marketing memiliki kontribusi untuk mempengaruhi minat beli ulang konsumen di Karsa Utama Lestari. Adapun selebihnya sebesar 60% memungkinkan untuk dipengaruhi oleh faktor-faktor (variabel) lainnya yang tidak dijelaskan pada penelitian ini seperti harga, promosi, kepercayaan, pelayanan, dan lain sebagainya.

Kata Kunci : *Experiential Marketing, Minat Beli Ulang*

## ABSTRACT

**Widya Rahmawaty Harun.** Student ID. 931 414 027. The Influence of Experiential Marketing on Buyback Interest at PT. Karsa Utama Lestari of Gorontalo City. Skripsi. Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. 2018. The principal supervisor is Raflin Hinele, S.Pd., M.Si, and Co-supervisor is Andi Juanna, S.Pd., M.Sc.

The research aims to investigate The Influence of Experiential Marketing on Buyback Interest at PT. Karsa Utama Lestari of Gorontalo City. It is qualitative descriptive research that applies survey method done through distributing the questionnaire to respondents and then, the data are analyzed statistically. The selection of respondents involves 96 visitors of PT. Karsa Utama Lestari of Gorontalo City who have visited the place.

Research finding obtains regression equation namely  $y = 10,673 + 0,275$  and results  $t_{count}$  for 1,661. In addition, the value of  $R^2$  is 0,632 which outlines that 40% of experiential marketing has a contribution to influence buyback interest of consumer at Karsa Utama Lestari. Meanwhile, the rest 60% can be probably influenced by other factors (variables) that are not explained in this research such as price, promotion, trust, service, and others.

Keywords: *Experiential Marketing, Buyback Interest*

