



**PENGARUH FASILITAS, *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN  
*RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNJUNG *DREAMLAND PARK* AJIBARANG  
KABUPATEN BANYUMAS DENGAN NILAI PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh**

**HESTY LESTIANAH LOVIKA**

**412140020**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**BUMIAYU**

**2018**



**PENGARUH FASILITAS, *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN  
*RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS  
PENGUNJUNG *DREAMLAND PARK* AJIBARANG  
KABUPATEN BANYUMAS DENGAN NILAI PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh**

**HESTY LESTIANAH LOVIKA**

**412140020**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**BUMIAYU**

**2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH FASILITAS, EXPERIENTIAL MARKETING DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DREAMLAND PARK AJIBARANG KABUPATEN BANYUMAS DENGAN NILAI PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh

Nama : **Hesty Lestianah Lovika**

NIM : **412140020**

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 13 bulan September tahun 2018

### DEWAN PENGUJI

**Nama Penguji**

**Ketua Tim Penguji/Pembimbing**

Parmini, S.E., M.M.

NIDN. 0612057401

**Penguji I**

Yulis Maulida Berniz, S.E., M.M.

NIDN. 1117028004

**Penguji II**

Sutarmin, S.Si., M.M.

NIDN. 0621097401

**Tanda Tangan**



Diterima dan disahkan

pada tanggal 25 September 2018

Dekan

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Kurniawan, S.E., M.Si.

NIPY. 12.02.027

Ketua

Jurusan Manajemen

Cici Widowati, S.P., M.S.M.

NIPY. 12.02.017

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hesty Lestianah Lovika

NIM : 412140020

Jurusan : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 5 September 2018

Yang membuat pernyataan



Hesty Lestianah Lovika

NIM. 412140020

## **KATA PEGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada program Studi S-1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Yahya A Muhaimin., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Kurniawan, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
3. Ibu Cici Widowati, S.P., M.S.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Ibu Parmini S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Yulis Maulida Berniz S.E., M.M. dan Bapak Sutarmin, S.Si., M.M. selaku dosen penguji I dan II yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.

7. Bapak Suman, Ibu Darisah, Adik-adik tercinta Alviansyah L.B., Vilantika V.R. dan seluruh keluarga yang tak henti-hentinya memanjatkan doa dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.
8. Teman-teman Program Studi S-1 Manajemen angkatan 2014. Terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh studi di program Studi S-1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
9. Teman-teman Kos Mawar Biru 2, teman-teman Teater Senja, teman-teman KKN Desa Randusanga Kulon. Terimakasih atas kebersamaan dan atas kesediaannya berbagi suka duka bersama selama menempuh program Studi S-1 di Universitas Peradaban.
10. Teman satu bimbingan skripsi penulis. Terimakasih telah memberikan motivasi dan dukungan selama mengerjakan skripsi.
11. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 5 September 2018

Penulis,

Hesty Lestianah Lovika

NIM. 412140020

## **ABSTRACT**

*This research is in the background by the existence of a developing world, which makes the world increasingly increasingly strict. Dreamland is one of the tourism objects in Banyumas that has developed, but in 2017 Dreamland experienced a decline. The purpose of this study was to determine the effect of facilities, experiential marketing and relationship marketing on the loyalty of visitors to Dreamland Park Ajibarang Banyumas Regency with customer value as a mediating variable. This type of research is using a quantitative approach, the population in this study were visitors to Dreamland Park Ajibarang with a total sample of 96 respondents. The purposive sampling technique is used as a sampling technique with the criteria that respondents have visited at least twice and have been at least 17 years old. The measurement scale uses a Likert 5 scale. The data analysis uses multiple linear regression test using IBM SPSS statistics 23 program. The results of this study indicate that facility variables have a positive and significant effect on loyalty, experiential marketing variables have a positive and significant effect on loyalty, relationship marketing has a positive effect on loyalty, customer value has a positive and significant effect on loyalty, facilities have a positive and significant effect on customer value, experiential marketing has a positive and significant effect on customer value, relationship marketing has no positive and significant effect on customer value, customer value is able to mediate facilities to loyalty, customer value is able to mediate experiential marketing and customer value, and customer value variables are not able to mediate relationship marketing towards loyalty.*

*Key words: facilities, experiential marketing, relationship marketing, customer's loyalty, customer value*

## ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh adanya dunia pariwisata yang saat ini sedang berkembang, peningkatan industri pariwisata menjadikan persaingan dunia pariwisata semakin ketat. *Dreamland* adalah salah satu objek wisata di Banyumas yang telah berkembang, namun pada tahun 2017 *Dreamland* mengalami penurunan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas, *experiential marketing* dan *relationship marketing* terhadap loyalitas pengunjung *dreamland park* Ajibarang Kabupaten Banyumas dengan nilai pelanggan sebagai variabel mediasi. Jenis penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung *Dreamland Park* Ajibarang dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik *purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dengan kriteria responden sudah pernah berkunjung minimal dua kali dan telah berusia minimal 17 tahun. Skala pengukuran menggunakan skala *likert* 5. Pada analisis data menggunakan uji regresi linier berganda dengan menggunakan program *IBM SPSS statistics 23*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, variabel *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, *relationship marketing* berpengaruh positif terhadap loyalitas, nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan, *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan, *relationship marketing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai pelanggan, nilai pelanggan mampu memediasi fasilitas terhadap loyalitas, nilai pelanggan mampu memediasi *experiential marketing* dan nilai pelanggan, dan variabel nilai pelanggan tidak mampu memediasi *relationship marketing* terhadap loyalitas.

Kata kunci: fasilitas, *experiential marketing*, *relationship marketing*, loyalitas pelanggan, nilai pelanggan.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN</b>	
A. Telaah Pustaka .....	10
1. Pariwisata.....	10
2. Jasa .....	11
3. Loyalitas.....	11
4. Nilai Pelanggan .....	13
5. Fasilitas .....	16
6. <i>Experiential Marketing</i> .....	17

7. <i>Relationship Marketing</i> .....	20
B. Perumusan Model Penelitian	
1. Penelitian Terdahulu.....	21
2. Rumusan Hipotesis.....	24
3. Kerangka Pemikiran .....	29
 BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	
A. Metode Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Lokasi Penelitian .....	31
3. Waktu Penelitian .....	31
4. Populasi dan Sampel.....	31
5. Sumber Data.....	33
6. Teknik Pengumpulan Data.....	33
7. Definisi Konsep dan Operasioal Variabel .....	34
B. Teknik Analisis Data .....	34
1. Uji Instrumen .....	36
a. Uji Validitas .....	36
b. Uji Reliabilitas.....	36
2. Analisis Deskriptif.....	37
3. Analisis Regresi Berganda.....	39
a. Uji T.....	40
b. Uji Sobel .....	44
c. Uji F.....	45
d. Koefisien Determinasi .....	45
4. Uji Asumsi Klasik .....	46
a. Uji Normalitas .....	46
b. Uji Heteroskedastisitas.....	46
c. Uji Multikolinieritas .....	47
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
B. Analisis Data Dan Pembahasan .....	56

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan ..... 87

B. Saran ..... 90

DAFTAR PUSTAKA ..... 92

LAMPIRAN ..... 97

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata Air di Desa Pancasan .....	1
Tabel 2. Jumlah Pengunjung Dreamland Park .....	2
Table 3. Definisi Operasional Variabel .....	35
Table 4. Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuisisioner .....	53
Tabel 5. Jawaban Responden Untuk Variabel Fasilitas.....	56
Tabel 6. Jawaban Responden untuk Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	57
Tabel 7. Jawaban Responden untuk Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	59
Tabel 8. Jawaban Responden untuk Varibel Nilai Pelanggan (M).....	61
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas (Y).....	63
Tabel 10. Hasil Uji Validasi .....	65
Tabel 11. Hasil Uji Realibilitas .....	67
Tabel 12. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	68
Tabel 13. Hasil Uji F.....	75
Tabel 14. Koefisisen Determinasi .....	76
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas.....	77
Tabel 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	78
Tabel 17. Hasil Uji Multikolinieritas .....	79

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 2. Struktur Organisasi .....	52
Gambar 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4. Responden Berdasarkan Usia.....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner .....	97
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel fasilitas.....	102
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	106
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	109
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Nilai Pelanggan .....	112
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Loyalitas .....	115
Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Deskriptif Fasilitas .....	118
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Experiential Marketing</i> .....	119
Lampiran 9. Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Relationship Marketing</i> .....	122
Lampiran 10. Hasil Uji Analisis Deskriptif Nilai Pelanggan.....	124
Lampiran 11. Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas .....	126
Lampiran 12. Hasil Uji validitas variabel fasilitas .....	128
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	129
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	131
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan.....	132
Lampiran 16. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas .....	133
Lampiran 17. Hasil Uji Realibilitas Variabel Fasilitas .....	134
Lampiran 18. Hasil Uji Realibilitas Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	135
Lampiran 19. Hasil Uji Realibilitas Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	136
Lampiran 20. Hasil Uji Realibilitas Variabel Nilai Pelanggan .....	137
Lampiran 21. Hasil Uji Realibilitas Variabel Loyalitas.....	138

Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda (Model 1).....	139
Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda (Model 2).....	141
Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda (Model 3).....	143
Lampiran 25. Hasil <i>Sobel Test Calculator</i> (Hipotesis 8).....	145
Lampiran 26. Hasil <i>Sobel Test Calculator</i> (Hipotesis 9).....	146
Lampiran 27. Hasil <i>Sebel Test Calculator</i> (Hipotesis 10) .....	147
Lampiran 28. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogrov-smirnov</i> .....	148
Lampiran 29. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Plot.....	149
Lampiran 30. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	150
Lampiran 31. Hasil Uji Multikolinieritas.....	151
Lampiran 32. Riwayat Hidup Penulis.....	152