



**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, PROMOSI HARGA, DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus Konsumen UMKM Kopi Ngrancah, Grabag, Kab. Magelang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan

Disusun Oleh:

Wahyu Musarofah

214212004

PROGRAM STUDI DIV BISNIS MANAJEMEN RETAIL

FAKULTAS EKONOMI HUKUM DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

2025



**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, PROMOSI HARGA, DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus Konsumen UMKM Kopi Ngrancah, Grabag, Kab. Magelang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan

Disusun Oleh:

Wahyu Musarofah

214212004

PROGRAM STUDI DIV BISNIS MANAJEMEN RETAIL

FAKULTAS EKONOMI HUKUM DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, PROMOSI HARGA, DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Konsumen UMKM Kopi Ngrancah, Grabag, Kab. Magelang)**

Disusun oleh:

Wahyu Musarofah

NIM. 214212004

**PROGRAM BISNIS DIV BISNIS MANAJEMEN RETAIL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO**

Telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing serta telah diperkenankan
untuk diajukan:

Ungaran, 02 September 2025

Pembimbing

Ahmad An S.M., M.M.

NIDN. 0601079103

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, PROMOSI HARGA, DAN *EXPERIENTIAL*
MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Kasus Konsumen UMKM Kopi Ngrancah, Grabag, Kab. Magelang)

Disusun oleh:

Wahyu Musarofah

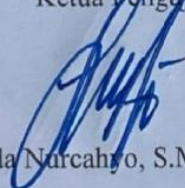
214212004

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail,
Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo. Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 15 Oktober 2025

Ketua Penguji



Satria Avianda Nurcahyo, S.M., S.Hum., M.M.

NIDN: 0601059801

Penguji 1



Teguh Hasso Widagdo, S.E., M.M.

NIDN: 0622057703

Penguji 2



Ahmad Ali, S.M., M.M.

NIDN: 0601079103

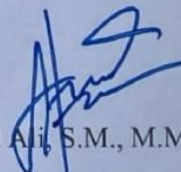
Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum dan
Humaniora



Budiah S.Pd., M.Pd.

NIDN: 0607038201

Ketua Program Studi
D4 Bisnis Manajemen Retail



Ahmad Ali, S.M., M.M.

NIDN: 0601079103

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Musarofah

NIM : 214212004

Program Studi/Fakultas : Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail
Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi berjudul **“PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, PROMOSI HARGA, DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Konsumen UMKM Kopi Ngrancah, Grabag, Kab. Magelang)”** adalah karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di perguruan tinggi manapun.

1. Skripsi ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber
2. Skripsi ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dalam menyebut nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 9 September 2025

Yang menyatakan,



Wahyu Musarofah

KESEDIAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Musarofah
NIM : 214212004
Program Studi : D4 Bisnis Manajemen Retail
Fakultas : Ekonomi, Hukum, Humaniora
Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Promosi Harga, dan
Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan
Studi kasus Konsumen UMKM Kopi Ngrancah, Grabag,
Kab. Magelang.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya setuju untuk :

1. Memberikan hak bebas royalty/ pemberian dana kepada Universitas Ngudi Waluyo atas penulisan karya ilmiah saya, demi pengembangan disiplin ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak untuk menyimpan dan mempublikasikan, tanpa meminta lagi persetujuan dari saya selama mencantumkan nama saya sebagai pembuat karya tulis ilmiah ini.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Ngudi Waluyo, dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Ungaran, 7 September 2025

Penulis

Wahyu Musarofah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 5)

“Diatas Sang Maha Daya semua kendali terambil alih, jalanmu kan sepanjang
niatmu, buka lagi visimu, kau tahu mana urutan satu”

(Perunggu)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Cinta pertama dan panutanku, almarhum Bapak Sukarmin. Beliau tidak sempat menemani penulis dalam menyusun skripsi, namun selama beliau hidup telah menjadi sosok panutan, sumber semangat, dan inspirasi yang tak tergantikan. Doa, didikan, dan nilai-nilai yang ayah tanamkan akan selalu hidup dalam diri penulis.
2. Ibu Rohmi, sosok yang luar biasa dan selalu hadir di dalam hidup penulis memberikan doa dan semangat tanpa henti. Terima kasih atas cinta yang tak tergantikan. Air mata dalam doa selalu menyertai setiap langkah penulis hingga di titik ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan kepada ibu tercinta.

3. Saudara kandung, kakak laki-laki dan perempuanku. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup peneliti dan berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini baik tenaga, materi, maupun waktu.
4. Teman-teman seperjuangan sekaligus saudara, Revina Meiditta Sari, Vita Marisa, dan Siti Musfiroh yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi untuk peneliti.
5. Sahabat tercinta Mia Hesti Rahmawati, Ayu Astuti. Terimakasih sudah membersamai, memberikan kebahagiaan di setiap waktu dan selalu ada dalam keadaan apapun.
6. Team Fabric Inspection yang selalu memberikan dukungan, bantuan, semangat, dan doa kepada penulis.
7. Diri saya sendiri, Wahyu Musarofah. Terimakasih sudah bertahan atas perjuangan dan ketidakpastian di perjalanan panjang hidup ini. Apapun kurang dan lebihnya, rayakan hidupmu sendiri.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1. mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di UMKM Kopi Ngrancah Grabag, Kabupaten Magelang. 2. Untuk mengetahui pengaruh promosi harga terhadap loyalitas pelanggan di UMKM Kopi Ngrancah Grabag, Kabupaten Magelang. 3. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan di UMKM Kopi Ngrancah Grabag, Kabupaten Magelang. 4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, promosi harga, dan *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan di UMKM Kopi Ngrancah Grabag, Kabupaten Magelang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UMKM Kopi Ngrancah Kabupaten Magelang sejumlah 110 responden. Sampel dalam penelitian ini seluruh konsumen UMKM Kopi Ngrancah Kabupaten Magelang. Penelitian ini termasuk jenis penelitian sensus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan, promosi harga, dan *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UMKM Kopi Ngrancah, Grabag, Kab. Magelang. Untuk menjaga loyalitas pelanggan UMKM Kopi Ngrancah perlu menjaga konsistensi kualitas produk, khususnya cita rasa kopi khas Magelang. Promosi harga perlu dirancang secara selektif, misalnya melalui program paket hemat, diskon musiman, atau program membership, sehingga mampu menarik pelanggan tanpa menurunkan citra kualitas produk. UMKM Kopi Ngrancah disarankan untuk lebih mengoptimalkan pengalaman pelanggan melalui atmosfer kedai yang unik, interaksi personal antara barista dan konsumen, serta penyelenggaraan kegiatan berbasis komunitas seperti *workshop* kopi atau *event* tematik.

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan, Promosi Harga, Experiential Marketing, dan Loyalitas Pelanggan*

ABSTRACT

This study aims to: 1. determine the effect of customer satisfaction on customer loyalty in UMKM Kopi Ngrancah Grabag, Magelang Regency. 2. To determine the effect of price promotion on customer loyalty in UMKM Kopi Ngrancah Grabag, Magelang Regency. 3. To determine the effect of experiential marketing on customer loyalty in UMKM Kopi Ngrancah Grabag, Magelang Regency. 4. To determine the effect of customer satisfaction, price promotion, and experiential marketing on customer loyalty in UMKM Kopi Ngrancah Grabag, Magelang Regency. The population in this study were all consumers of UMKM Kopi Ngrancah Magelang Regency, amounting to 110 respondents. The sample in this study were all consumers of UMKM Kopi Ngrancah Magelang Regency. This study is a census research type. The results showed that customer satisfaction, price promotion, and Experiential marketing had a positive and significant effect on customer loyalty in UMKM Kopi Ngrancah, Grabag, Magelang Regency. To maintain customer loyalty, Kopi Ngrancah MSMEs need to maintain consistent product quality, particularly the distinctive flavor of Magelang coffee. Price promotions need to be designed selectively, for example through savings packages, seasonal discounts, or membership programs, to attract customers without compromising the product's image. Kopi Ngrancah MSMEs are advised to further optimize the customer experience through a unique shop atmosphere, personal interactions between baristas and customers, and organizing community-based activities such as coffee workshops or themed events.

Keywords: Customer Satisfaction, Price Promotion, Experiential Marketing, and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Promosi Harga, dan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Konsumen UMKM Kopi Ngrancah, Grabag, Kab. Magelang)”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Bisnis Manajemen Ritel Universitas Ngudi Waluyo. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Subyantoro, M. Hum., selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo.
2. Ibu Budiati, S. Pd., M. Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Hukum dan Humaniora.
3. Bapak Dr. Kustiyono, S. Kom., S. E., M. Kom., Ak., selaku Ketua Program Studi D4 Bisnis Manajemen Retail.
4. Bapak Ahmad Ali, S. M., M. M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf administrasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan selama penulis menempuh pendidikan.
6. Pimpinan serta manajemen UMKM Kopi Ngrancah yang telah memberikan kesempatan penulis dalam pengumpulan data.

7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian dan memberikan informasi yang diperlukan.
8. Kedua orang tua, keluarga, serta rekan-rekan seperjuangan yang senantiasa memberikan dukungan moral, spiritual, dan material dalam penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, serta menjadi tambahan pengetahuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang yang relevan.

Ungaran, 7 September 2025

Penyusun,

Wahyu Musarofah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KESEDIAAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	30
2.4. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Sumber Data.....	34

3.3. Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4. Populasi dan Sampel.....	35
3.5. Definisi Operasional dan Indikator.....	36
3.6. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Hasil Penelitian	44
4.2. Karakteristik Responden.....	44
4.3. Analisis Kualitatif	46
4.4. Analisis Kuantitatif	50
4.5. Analisis Jalur.....	58
4.6. Uji t	60
4.7. Uji F	62
4.8. Pengujian Hipotesis	63
4.9. Pembahasan.....	64
BAB V PENUTUP.....	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	71
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	73
5.4. Agenda Penelitian Mendatang	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Jumlah Pelanggan Kopi Ngrancah	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Pendidikan	45
Tabel 4.3 Usia	46
45 Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	47
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Promosi Harga	48
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel <i>Experiential marketing</i>	49
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear	57
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	58
Tabel 4.14 Tabel Analisis Jalur	59
Tabel 4.15 Hasil Uji F	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
Gambar 4.1 Pengujian Normalitas dengan Grafik Scatterplot	53
Gambar 4.2 Pengujian Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot	56