

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DIMODERASI OLEH
*COUNTRY OF ORIGIN***



Oleh :

ANDRIKA WIDYA KUSUMA

NPM : 14.1.02.09274

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2018

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DIMODERASI OLEH
*COUNTRY OF ORIGIN***

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Program Studi: Manajemen

Kosentrasi: Manajemen Pemasaran



Oleh:

ANDRIKA WIDYA KUSUMA

NPM: 14.1.01.09274

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

STIESIA SURABAYA

2018

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING
DIMODERASI OLEH COUNTRY OF ORIGIN**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

ANDRIKA WIDYA KUSUMA

NPM : 14.1.02.09274

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji

Pada tanggal 21 April 2018

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Khuzaini, M.M.

Anggota : 1. Dra. Aniek Wahyuati, M.M.

2. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dra. Aniek Wahyuati, M.M.


Dr. Triyonowati, M.Si.

Ketua STIESIA


Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **ANDRIKA WIDYA KUSUMA**

N.P.M : **14.1.02.09274**

menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DIMODERASI OLEH *COUNTRY OF ORIGIN*.

Diajukan untuk diuji pada tanggal 21 April 2018, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 21 April 2018
Yang membuat pernyataan,



Andrika Widya Kusuma
Andrika Widya Kusuma

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : ANDRIKA WIDYA KUSUMA
NPM : 14.1.02.09274
Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN
Tempat/Tanggal Lahir : Kediri, 13 Oktober 1994
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak Ke : 3 (Tiga)/ 3 (Tiga)
Alamat Rumah : Jl. Melati No. 189 Sukomoro, Papar,Kediri.
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Sunarsih
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Melati No. 189 Sukomoro, Papar,Kediri.
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN 1 Sukomoro di Kediri Tahun 2007
2. Tamat SMPN 1 Plemahan di Kediri Tahun 2010
3. Tamat SMAN 1 Pare di Kediri Tahun 2013
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2014-2018	

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

ANDRIKA WIDYA K.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Experiential Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Dimoderasi Oleh Country Of Origin.”*

Adapun maksud penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Keberhasilan penulis dalam penyusunan skripsi tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E, M.Si, Ak., CA. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. selaku ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Aniek Wahyuati, Dra. M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan, saran serta masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ec. Nurul Widyawati, M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan saran yang membangun kepada penulis mulai perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.

5. Keluarga tercinta terutama Ibunda dan kakak saya yang senantiasa menjadi semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. serta untuk seluruh sahabat dan rekan seperjuangan SM 11 Manajemen 2014 yang telah memberikan dorongan secara berkala.

Dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dan semoga dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkannya.

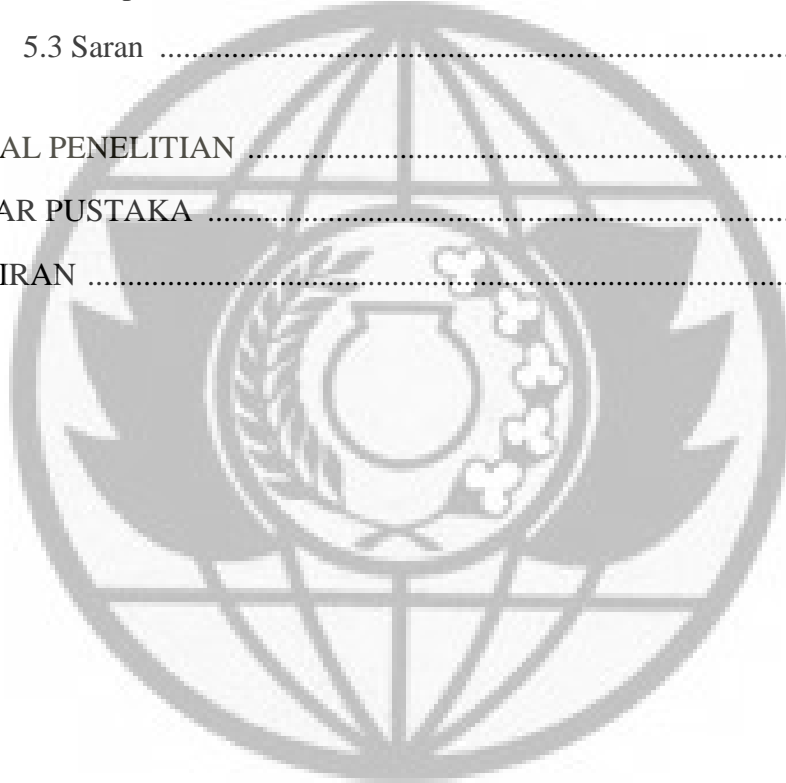
Surabaya, 6 Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPEL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Teoritis	8
2.1.1 <i>Experiential Marketing</i>	8
2.1.2 <i>Price</i>	10
2.1.3 <i>Country Of Origin</i>	14
2.1.4 Keputusan Pembelian	16
2.1.5 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Rerangka Konseptual	29
2.3 Pengembangan Hipotesis	29
Bab 3 : METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	36
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.1 Variabel Penelitian	38
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.5.1 Statistik Deskriptif	44
3.5.2 Uji Kualitas Data	44

3.5.3 Uji Asumsi Klasik	45
3.5.4 Pengujian Hipotesis	50
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian	52
4.2 Pembahasan	86
BAB 5 : PENUTUP	89
5.1 Simpulan	89
5.3 Saran	90
JADWAL PENELITIAN	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	28
2. Karakteristik Menurut Jenis Kelamin Responden.....	53
3. Karakteristik Menurut Usia Responden	54
4. Karakteristik Menurut Pekerjaan Responden.....	55
5. Kelas Interval	56
6. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Experiential Marketing ...	57
7. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas Price	59
8. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Atas CO.....	60
9. Analisis Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian.....	61
10. Hasil Uji Validitas.....	63
11. Hasil Uji Reabilitas	63
12. Hasil Perhitungan Regresi Model 1	65
13. Hasil Perhitungan Regresi Model 2	66
14. Hasil Perhitungan Regresi Model 3	66
15. Hasil Perhitungan Regresi Model 4	68
16. Hasil Perhitungan Regresi Model 5	69
17. Hasil Perhitungan Regresi Model 6	70
18. Hasil Uji Multikolinieritas Model 5	72
19. Hasil Uji Multikolinieritas Model 6.....	73
20. Hasil Uji Kelayakan Model 1.....	76
21. Hasil Uji Kelayakan Model 2.....	76
22. Hasil Uji Kelayakan Model 3.....	77
23. Hasil Uji Kelayakan Model 4.....	77
24. Hasil Uji Kelayakan Model 5.....	78
25. Hasil Uji Kelayakan Model 6.....	78
26. Model Summary Model Regresi 1	79

27. Model Summary Model Regresi 2	79
28. Model Summary Model Regresi 3	80
29. Model Summary Model Regresi 4	80
30. Model Summary Model Regresi 5	81
31. Model Summary Model Regresi 6	81
32. Hasil Uji t EX terhadap KP	83
33. Hasil Uji t P terhadap KP	83
34. Uji Hipotesis 3	85
35. Uji Hipotesis 4	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Rerangka Konseptual	29
2. Grafik P-Plots Normalitas Model 1.....	72
3. Grafik Scatterplot Model 6.....	74
4. Grafik Scatterplot Model 5	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Frekuensi Karakteristik Responde	94
2. Distribusi Tanggapan Responden Atas <i>Experiential Marketing</i>	95
3. Distribusi Tanggapan Responden Atas <i>Price</i>	97
4. Distribusi Tanggapan Responden Atas <i>Country Of Origin</i>	98
5. Distribusi Tanggapan Responden Atas Keputusan Pembelian	99
6. Uji Validitas dan Reabilitas	101
7. Regresi.....	104
8. Hasil Uji Multikolinieritas	107
9. Hasil Uji Kelayakan	110
10. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	112
11. Hasil Uji Hipotesis	114
12. Uji Normalitas.....	116
13. Uji Heteroskedastisitas.....	119
14. Hasil Kuisisioner sebelum (LN)	122
15. Hasil Kuisisioner sesudah (LN).....	124
16. Kuisisioner Penelitian	127
17. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing	128
18. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	129
19. Surat Ijin Riset dari STIESIA	130
20. Surat Keterangan Selesai Riset	131
21. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian	132