

**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING*, *PRODUCT
GUARANTEE*, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK
*ANS CAUTERRY***

(Studi Kasus Pada CV.ANS Medika)

SKRIPSI

Oleh:

ESA EGA LUTFIA

NIM.G03217015



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL**

SURABAYA

2023

PERNYATAAN

Saya, Esa Ega Lutfia, G03217015 menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 02 Januari 2023



Esa Ega Lutfia

NIM. G03217015

PERSETUJUAN SKRIPSI/MUNAQASAH

Surabaya, 12 Januari 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM

NIP. 196806212007011030



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ESA EGA LUTFIA
NIM : 603217015
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen
E-mail address : esaegalutfia07@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

" Pengaruh Experiential Marketing, Product Guarantee,
Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen
pada Produk AMS Cauteary (Studi Kasus pada CV. AMS Medika). "

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Mei 2026

Penulis

(ESA EGA LUTFIA)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Kemajuan zaman dan juga teknologi memberikan dampak yang cukup positif bagi keberlangsungan hidup manusia tanpa terkecuali teknologi Kesehatan. Banyak sekali ditemukan teknologi-teknologi Kesehatan yang memberikan kemudahan . Hal ini juga menjadi pemicu para ahli dibidang kesehatan berupaya menciptakan alat atau teknologi Kesehatan yang makin canggih. Dimana produk yang berhasil diciptakan mampu membuat para penggunanya merasakan manfaat yang nantinya akan berdampak pada kepuasan konsumen pada suatu produk . Selain itu, bisa dijumpai juga penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten terhadap kepuasan konsumen pada suatu produk . Sehingga skripsi ini ialah hasil penelitian kuantitatif yang mempunyai tujuan guna menjawab rumusan masalah mengenai pengaruh *experiential marketing*, *product guarantee*, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada suatu produk.

Metode yang digunakan untuk penelitian kali ini adalah metode kuantitatif yang mana untuk pengambilan sampelnya menggunakan teknik sampel jenuh, dengan jumlah sebanyak 113 responden. Data dihasilkan dari penyebaran kuisioner *online* dengan memanfaatkan fitur *google form*. Data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25.

Hasil penelitian memberikan bukti bahwa *experiential marketing*, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk ANS *Cauterry*. Sementara *Product guarantee* tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan konsumen untuk produk ANS *Cauterry*.

Kata Kunci: *Experiential Marketing*, *Product Guarantee*, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen pada Produk

ABSTRACT

Advances in the times and technology have a fairly positive impact on the sustainability of human life, without exception health technology. There are many health technologies that provide convenience. This is also a trigger for experts in the health sector to try to create increasingly sophisticated health tools or technology. Where the product that has been successfully created is able to make its users feel the benefits that will later have an impact on consumer satisfaction with a product. In addition, there can also be found previous studies that show inconsistent results on consumer satisfaction with a product. So that this thesis is the result of quantitative research that has the aim of answering the formulation of problems regarding the influence of experiential marketing, product guarantees, service quality and prices on consumer satisfaction on a product.

The method used for this research is a quantitative method which for sampling uses a saturated sample technique, with a total of 113 respondents. Data is generated from the dissemination of online questionnaires by utilizing the google form feature. The collected data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS 25.

The results of the study provide evidence that experiential marketing, service quality and price have a significant effect on consumer satisfaction with ANS Cauterry products. While the Product guarantee does not have a significant effect on consumer satisfaction for ANS Cauterry products.

Keywords: Experiential Marketing, Product Guarantee, Service Quality, Price and Consumer Satisfaction on Products

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.2 <i>Experiential Marketing</i>	11
2.1.3 <i>Product Guarantee</i>	13
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.5 Harga.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17

2.3 Kerangka Konseptual.	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian.	23
3.2 Waktu dan Tempat Penelitia	23
3.3 Populasi dan Sanpel Penelitian.....	23
3.4 Variabel Penelitian.....	26
3.5 Definisi Operasional.....	26
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	35
4.2 Analisis Data.....	37
4.3 Pembahasan.....	37
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
5.2.1 Bagi CV.ANS Medika.....	51
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara Pemasok Alat Kesehatan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional	33
Tabel 3.2 Skala Instrumen.....	35
Tabel. 3.3 Pedoman Uji Reabilitas.....	36



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Investasi industri Farmasi dan Alat Kesehatan	1
Gambar 1.2 Produk Alat Kesehatan Binaan RI	2
Gambar 2.2 Konseptual Penelitian.....	28



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian Sutedi. (2008). *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Ghalia Indonesia.
- Ari Setiyannigrum. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. ANDI OFFSET.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 68–81.
- Ernoputri, D., Arifin, Z., & Fanani, D. (2016). PENGARUH LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Pengguna Produk LG di Malang Town Square (Matos) Malang â Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 30(1), 79–86.
- Experiential, P., Dan, M., & Jasa, K. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Steiner Salon Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1268–1277. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20183>
- Fadillah, U., & Gami, E. R. P. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bangsal Kopi Jl T Imam Bonjol Lubuk Pakam. *ARBITRASE: Journal of Economics and ...*, 1(2), 108–113. <http://djournal.com/arbitrase/article/view/107>
- Fandy Tjiptono. (2006). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia.
- Fandy Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran* (Edisi Ke D). ANDI

OFFSET.

Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. ANDI OFFSET.

Fatmah, F., & Virdiyany, F. (2014). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP PREFERENSI ANGGOTA DALAM PENGAJUAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI KJKS BMT-MMU CABANG SIDOGIRI PASURUAN. *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP PREFERENSI ANGGOTA DALAM PENGAJUAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH DI KJKS BMT-MMU CABANG SIDOGIRI PASURUAN*, 4 No. (<http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/issue/view/7>).
<https://doi.org/https://doi.org/10.15642/elqist.2014.4.1.735-762>

Ghazali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP.

Hamdani dan, & Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

Hartanti, & Dan, R. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, Vol.6 No.2, 60–61.

Heni Rohaeni, N. M. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ecodemica*, 2 No., 315.

Imam Gunawan. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial*,. PT. Grafindo Persada.

Isfahila, A., Fatimah, F., & S, W. E. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta

- Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 211–227.
<https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1790>
- Ismunandar. (2019). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA SALON LIONTIN KOTA BIMA). *Jurnal Ekonomi Dan Akutansi*, vol.4 No.
- J Supr anto. (2000). *Statistik, Teori dan Aplikasi* (Jilid 1. E). Erlangga.
- Jayanti, N. A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon, dan Garansi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang). *Administrasi Bisnis*, 9(2), 322–329.
- Muri Yusuf. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Pertama). Kencana.
- PhiIip Kotler dan Gary. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasar* (13th ed.). Erlangga.
- Rachmadi. (2009). *Hukum Jaminan Kepedataan*,. Sinar Grafika.
- Rambat, H. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Sugiono. (2012a). *Metode penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiono. (2012b). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Susanti, D. E. (2016). Pengaruh Pelayanan Purna Jual terhadap Kepuasana

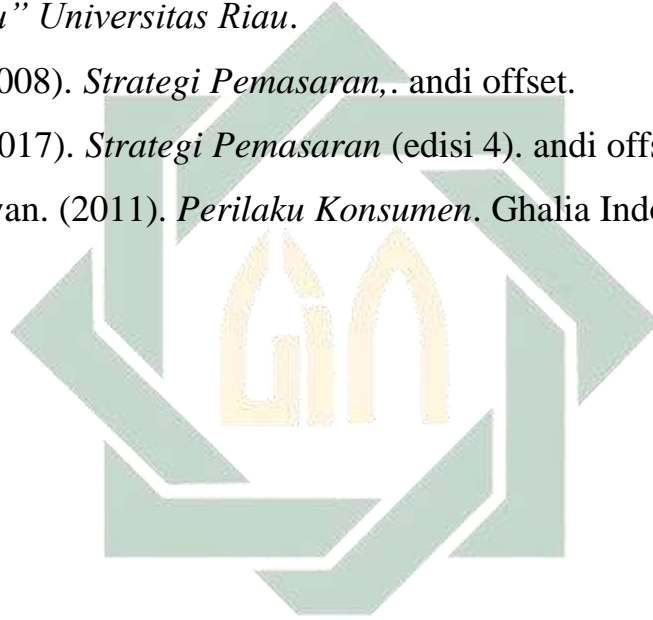
Konsumen Samsung Smartphone. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 114–123.

Tengku Firli Musfar, V. N. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Customer Loyalty pada Pelanggan Restoran Koki Sunda di Pekanbaru*” Universitas Riau.

Tjiptano, F. (2008). *Strategi Pemasaran*,. andi offset.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (edisi 4). andi offset.

Ujang Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A