

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN INDIHOME PT. TELKOM DATEL DENPASAR SELATAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

NI KADEK INDAH DWI YUNITA

NIM: 1815744058

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN INDIHOME PT. TELKOM DATEL DENPASAR SELATAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali

Oleh:

NI KADEK INDAH DWI YUNITA

NIM: 1815744058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Datel Denpasar Selatan
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Kadek Indah Dwi Yunita
 - b. NIM : 1815744058
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 25 Juli 2022

Menyetujui :

Pembimbing I,



Ir. Ni Wayan Sukartini, M.Agb
NIP. 196204221990032002

Pembimbing II,



Kadek Jemmy Waciko, S.Pd., M.Sc., Ph.D
NIP. 198104122005011001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
INDIHOME PT. TELKOM DATEL DENPASAR SELATAN

Oleh :

NI KADEK INDAH DWI YUNITA
NIM : 1815744058

Disahkan :

Ketua Penguji



Ir. Ni Wayan Sukartini, M.Agb
NIP. 196204221990032002

Penguji I



Drs. I Made Ardana Putra, M.Si
NIP. 195912311989031012

Penguji II



I Wayan Wirga, SE., MBA
NIP. 196107261988111001

Mengetahui,
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua



Dr. A Ketut Santra, M.Si.
NIP. 196710211992031002

Badung, 09 Agustus 2022
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM
NIP. 196808271993031002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- Lakukanlah. Tidak ada kesempatan kedua. Tuhan tau apa yang terbaik untukmu, jika sudah saatnya maka sudah saatnya.
- *But by reframing the learning process and focusing on the cool end goal, the fear of failure is often taken off the table, and learning just comes more naturally.* – Mark Rober
- *Life isn't how to survive the storm, it's about how to dance in the rain* – Taylor Swift

PERSEMBAHAN :

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan tidak lupa penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi dengan judul “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Datel Denpasar Selatan” dapat dirampungkan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia, penulis haturkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan penulis keteguhan hati dan kesabaran, dan atas izin dan karunia-Nya, maka skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Kedua orang tua penulis yaitu Bapak I Made Tingkes, Ibu Ni Ketut Suparmi. Kakak I Putu Yana Arya Kusuma dan kedua Adik Penulis Ni Komang Intan Cahyani Trinita dan Ni Ketut Rina Citra Yunia, serta rekan seperjuangan khususnya VIII B Prodi Manajemen Bisnis Internasional (MBI), yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis.

Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar, yang selama ini telah memberikan motivasi dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis. Terima kasih Bapak Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terlekat erat-erat dihati. Terima kasih untuk kalian semua, akhir kata penulis pesembahkan skripsi ini untuk kalian semua. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan mendatang.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul : “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Datel Denpasar Selatan” adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya diajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, 09 Agustus 2022

Yang Menyatakan



Ni Kadek Indah Dwi Yunita
NIM : 1815744149

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *CUSTOMER*
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN INDIHOME PT. TELKOM DATEL DENPASAR SELATAN**

Ni Kadek Indah Dwi Yunita

NIM : 1815744058

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Experiential Marketing* dan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial dan simultan pada pelanggan Indihome dari PT Telkom Datel Denpasar Selatan, serta bagaimana upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Populasi didalam penelitian ini adalah pelanggan PT Telkom Datel Denpasar Selatan yang tersebar di wilayah Jimbaran, Nusa Dua, Kuta, dan Benoa dengan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam peneltian ini adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS *Statistics* 23. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *Experiential Marketing* dan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan, namun secara parsial *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh sedangkan *Experiential Marketing* tidak memiliki pengaruh. Dari hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat R square sebesar 0,318. Hal ini menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* dan *Customer Relationship Management* mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sebesar 31,8%, sedangkan sisanya sebesar 68,2% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Experiential Marketing*, *Customer Relationship Management*, Loyalitas Pelanggan

**THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TOWARDS CUSTOMER LOYALTY
INDIHOME PT. TELKOM DATEL DENPASAR SELATAN**

Ni Kadek Indah Dwi Yunita

NIM : 1815744058

ABSTRACT

This study aims to find out how the effect of Experiential Marketing and Customer Relationship Management on Customer Loyalty partially and simultaneously on Indihome customers from PT Telkom Datel Denpasar Selatan, and how efforts can be made by companies to increase customer loyalty. The population in this study were customers of PT Telkom Datel Denpasar Selatan spread over the Jimbaran, Nusa Dua, Kuta, and Benoa areas with a sample of 100 respondents. The sampling technique in this research is Proportionate Stratified Random Sampling. The data collection method used a questionnaire method which was measured using a Likert scale. The analytical method used in this study is the classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing using SPSS Statistics 23. The results of data analysis show that there is a simultaneous influence between Experiential Marketing and Customer Relationship Management on Customer Loyalty, but partially Customer Relationship Management has an influence while Experiential Marketing has no influence. From the results of the coefficient of determination test, it can be seen from R square value is 0.318. This shows that Experiential Marketing and Customer Relationship Management affect customer loyalty by 31.8%, while the remaining 68.2% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Experiential Marketing, Customer Relationship Management, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Datel Denpasar Selatan” tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dalam rangka sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Jurusan Administrasi Niaga Program Studi Manajemen Bisnis Internasional.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang sudah menyediakan fasilitas selama perkuliahan 4 tahun di Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. I Ketut Santra, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.
3. Ni Made Kariati, S.Kom.,M.Cs. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

4. Cokorda Gede Putra Yudistira, SE.,MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ir. Ni Wayan Sukartini, M.Agb. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memotivasi, memberikan pengarahan dan saran selama proses bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kadek Jemmy Waciko, S.Pd.,M.Sc.,Ph.D. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memotivasi, memberikan pengarahan dan saran selama proses bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga dan seluruh staff Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan motivasi dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
8. Terima kasih kepada seluruh staff dan karyawan PT. Telkom Datel Denpasar Selatan yang telah membantu dan memberikan bimbingan kepada penulis selama mengikuti praktek kerja lapangan serta dalam penyusunan skripsi.
9. Untuk seluruh keluarga tercinta Bapak I Made Tingkes Yasa, Ibu Ni Ketut Suparmi, serta kakak dan adik-adik yang telah memberikan dukungan selama ini baik itu berbentuk materi maupun moril.

10. Terakhir semua teman-teman mahasiswa angkatan 2018 Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Kelas B MBI yang selalu bersama-sama berjuang sampai detik hari kelulusan tiba.

Akhir kata saya selaku penulis, berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki kekurangan. Untuk itu seluruh saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini sangat diharapkan.

Badung, 26 Juli 2022



Penulis

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. <i>Experiential Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 <i>Customer Relationship Management</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.

2.3	Kerangka Konsep	Error! Bookmark not defined.
-----	-----------------------	-------------------------------------



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

2.4	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....		Error! Bookmark not defined.
3.1	Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Sampling	Error! Bookmark not defined.
3.5	Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6	Definisi Operasional Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Variabel Bebas	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Variabel Terikat	Error! Bookmark not defined.
3.7	Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.8	Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.9	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.9.1	Analisis Deskriptif Responden.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.2	Analisis Deskriptif Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.10	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.10.1	Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
3.10.2	Uji Linearitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.10.3	Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
3.10.4	Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
3.10.5	Uji Autokorelasi	Error! Bookmark not defined.
3.11	Uji Statistik.....	Error! Bookmark not defined.
3.11.1	Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.12	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
3.12.1	Uji Simultan (Uji F)	Error! Bookmark not defined.

3.12.2	Uji Parsial (Uji t).....	Error! Bookmark not defined.
3.12.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk .	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	<i>Purpose</i> , Visi & Misi, dan <i>Core Values</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Bidang Usaha	Error! Bookmark not defined.
4.1.4	Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
4.1.5	Kegiatan Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Hasil Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel ...	Error! Bookmark not defined.
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Hasil Uji Linearitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.4	Hasil Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.5	Hasil Uji Autokorelasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.5	Hasil Uji Statistik	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.6	Hasil Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Uji Parsial (Uji t).....	Error! Bookmark not defined.
4.6.2	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	Error! Bookmark not defined.
4.6.3	Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.

4.7	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.7.1	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Error! Bookmark not defined.	
4.7.2	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.3	Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> dan <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan..	Error! Bookmark not defined.
4.7.4	Upaya Yang Perlu Dilakukan PT. Telkom Datel Denpasar Selatan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1 Proporsi Sampel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4 Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Experiential Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	61
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	63
Tabel 4.8 Rata-rata Variabel <i>Experiential Marketing</i>	64
Tabel 4.9 Rata-rata Variabel <i>Customer Relationship Marketing</i>	66
Tabel 4.10 Rata-rata Variabel Loyalitas Pelanggan.....	68



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Total Pemutusan Layanan Indihome.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konsep	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	71
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P Plot.....	72
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas <i>Scatterplot</i>	74

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Formulir Proses Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Variabel
- Lampiran 5 : Distribusi nilai r_{tabel}
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas dengan SPSS Statistics 23
- Lampiran 7 : Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan SPSS Statistics 23
- Lampiran 8 : Hasil Uji Linearitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser dengan SPSS Statistics 23
- Lampiran 10 : Hasil Uji Multikolinearisme dengan SPSS Statistics 23
- Lampiran 11 : Hasil Uji Autokorelasi dengan SPSS Statistics 23
- Lampiran 12 : Tabel Durbin Watson
- Lampiran 13 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dengan SPSS Statistics 23
- Lampiran 14 : Hasil Uji t dengan SPSS Statistics 23
- Lampiran 15 : Distribusi Nilai t_{tabel}
- Lampiran 16 : Distribusi Nilai F_{tabel}
- Lampiran 17 : Hasil Uji F dengan SPSS Statistics 23
- Lampiran 18 : Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 19 : Riwayat Hidup Peneliti

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mengakibatkan penggunaan internet menjadi semakin melekat dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Dilansir dari laman kominfo.go.id, pada tahun 2021 pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 11% dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 202,6 juta pengguna dibandingkan dengan tahun 2020 yaitu sebesar 175,4 juta pengguna. Ini diakibatkan juga karena kebijakan pemerintah dalam melakukan pemerataan jaringan Internet diseluruh Indonesia, melihat kondisi pandemic yang menuntut pemerintah untuk mempercepat pergerakan teknologi agar dapat memudahkan kebutuhan masyarakat. Semakin banyaknya peningkatan permintaan akan internet, masyarakat pun semakin dihadapi oleh banyaknya pilihan provider internet.

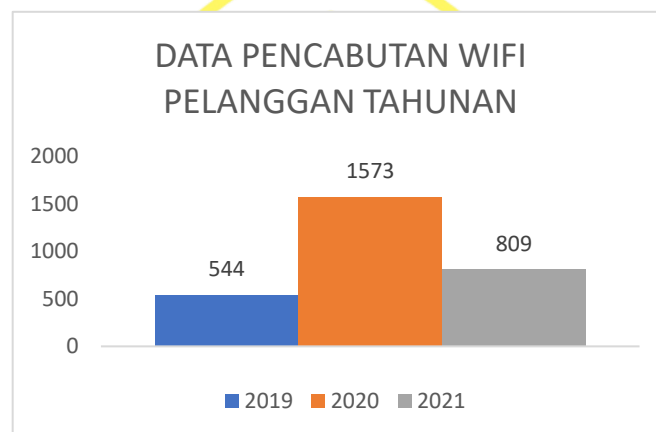
ISP atau *Internet Service Provider* adalah perusahaan pengelola jasa layanan sambungan internet serta kebutuhan lainnya. Salah satu ISP yang digunakan dan disediakan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia saat ini yaitu Indihome yang merupakan salah satu produk dari PT. Telekomunikasi

Indonesia. Produk ini mendukung *fixed broadband* dan *bundling product* atau harga yang ditawarkan kepada pelanggan dengan harga paket sesuai kebutuhan paket yang digunakan oleh pelanggan. Indihome yang sebelumnya merupakan *rebranding* dari Speedy, sekarang sudah menggunakan teknologi *fiber optic* yang secara harfiah disebut serat optic atau serat kaca. Teknologi ini sangat digencarkan oleh para pengusaha ISP karena menggunakan kecepatan cahaya sehingga data yang dihantarkan lebih cepat. Adapun peran penting dalam pemasangan produk Indihome tersebut untuk dapat bekerja dan berfungsi dengan baik salah satunya adalah PT. Telkom Datel Denpasar Selatan.

PT. Telkom Datel Denpasar Selatan merupakan salah satu penyedia jasa layanan konstruksi dan pengelolaan infrastruktur jaringan yang merupakan anak perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia. PT. Telkom Datel Denpasar Selatan bertanggungjawab atas penyebaran internet di 4 daerah yaitu Kuta, Jimbaran, Nusa Dua, dan Benoa. Daerah-daerah tersebut merupakan daerah industri dan padat penduduk yang dimana kebutuhan internet sangat-sangat dibutuhkan. Namun, adanya inovasi-inovasi terbaru baik dalam segi produk, harga, *service*, serta bentuk promosi pun membuat semakin ketatnya persaingan yang terjadi antar pengusaha internet broadband. Beberapa provider yang menjadi pesaing terbesar produk Indihome di wilayah Jimbaran, Kuta, Nusa Dua, dan Benoa yaitu Biznet, Balifiber, First Media, dan CBN.

Namun, adanya pandemi covid-19 ini telah mendorong para pelaku teknologi menggencarkan dan mempercepat penyebaran teknologi demi kehidupan yang *sustainable*. Adanya alat komunikasi, komputer, dan internet merupakan suatu

fasilitas yang sangat dibutuhkan dimasa pandemi ini, dengan sifatnya yang dinamis merupakan koherensi fasilitas yang telah mendominasi berbagai aktivitas kehidupan, hal ini merupakan salah satu dampak dari adanya transformasi digital dimasa pandemi. Namun, hal yang seharusnya menjadi sebuah kesempatan bagi PT. Telkom Datel Denpasar Selatan ini mengakibatkan adanya penurunan pada loyalitas pelanggan Indihome, ini terlihat pada gambar 1.1 yang dimana menunjukkan peningkatan pemutusan wifi Indihome dari sebelum adanya pandemic covid-19 dan setelah adanya pandemic covid-19.



Gambar 1.1 Total Pemutusan Layanan Indihome

Sumber: Plaza Telkom Jimbaran, data diolah

Hal ini mengharuskan PT. Telkom Datel Denpasar Selatan menerapkan strategi *marketing* yang tepat untuk membuat pelanggan tetap loyal terhadap produk Indihome. Memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan salah satu bentuk yang pokok dalam mencapai tujuan perusahaan.

Seiring perubahan jaman maka pendekatan produk ke pelanggan pun semakin berubah, tidak hanya mengandalkan dan menonjolkan fitur, *benefit*, ataupun fisik dari produk untuk menarik pelanggan namun juga harus dilakukan

pendekatan secara psikologis agar adanya keterikatan batin yang terjalin antara produk dan pelanggan. Strategi yang memunculkan suatu kesan/pengalaman di benak pelanggan dikenal dengan istilah *Experiential Marketing*.

Experiential Marketing adalah pendekatan pemasaran yang melibatkan emosi dan perasaan konsumen dengan menciptakan pengalaman-pengalaman positif sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian dan fanatik terhadap suatu produk (Smith & Hanover, 2016). Semakin baik *Experiential Marketing* yang diberikan oleh perusahaan juga akan mengakibatkan semakin tinggi nilai yang didapat tentang perasaan dan pengalamannya dalam menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Hal ini berdasarkan penelitian Soliha et al. (2021) bahwa *Experiential Marketing* didesain untuk bisa menciptakan pengalaman layanan yang tidak terlupakan, konsep *Experiential Marketing* adalah sentuhan baik secara fisik maupun psikologis yang bisa memberikan kenyamanan bagi pelanggan terhadap layanan yang di dapatkan pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan.

Selain pengalaman dari produk itu sendiri, perusahaan secara internal pun juga harus menjalin hubungan baik dengan pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitable (Kotler & Keller, 2016). Menurut Chang (2021) Adanya CRM dapat menjalin hubungan atau relasi yang lebih kuat di antara perusahaan dan pelanggannya, dan pada gilirannya sedikit demi sedikit kepuasan pelanggan dapat tercapai. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, maka akan berdampak baik juga

untuk perusahaan, tidak hanya dalam jangka pendek namun bisa jangka panjang atau pelanggan menjadi loyal.

Loyalitas pelanggan merupakan suatu hal yang penting dalam keberhasilan suatu produk. Loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka rela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya (Halim, 2021). Menurut Fandy Tjiptono (2015) setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan akan memperoleh beberapa manfaat pokok yaitu reputasi perusahaan yang makin positif dimata pelanggan dan masyarakat, serta dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan bagi perusahaan, meningkatkan keuntungan, maka harmonisnya perusahaan hubungan perusahaan dengan pelanggannya serta mendorong setiap orang dalam perusahaan untuk bekerja dengan tujuan yang lebih baik. Berdasarkan uraian tersebut, perusahaan harus dapat melakukan strategi yang tepat guna menjadikan pelanggan PT. Telkom Datel Denpasar menjadi loyal terhadap produk Indihome.

Berdasarkan hasil penelitian Yani & Munir (2021) menyatakan bahwa *Experiential Marketing* dan *Customer Relationship Management* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan, namun berdasarkan hasil penelitian Nainggolan (2018) menyatakan bahwa *Experiential Marketing* secara parsial tidak mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Adanya perbedaan dari hasil penelitian dengan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan tersebut, menarik

peneliti untuk menguji kembali variabel tersebut dengan objek penelitian yang berbeda. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK INDIHOME PT. TELKOM DATEL DENPASAR SELATAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah *Experiential Marketing* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Denpasar Selatan?
- b. Apakah *Customer Relationship Management* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Denpasar Selatan?
- c. Apakah *Experiential Marketing* dan *Customer Relationship Management* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Denpasar Selatan?
- d. Bagaimana upaya yang harus diterapkan oleh PT. Telkom Datel Denpasar Selatan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Indihome?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan secara parsial dari *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Denpasar Selatan.
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan secara parsial dari *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Denpasar Selatan.
- c. Untuk mengetahui ada pengaruh signifikan secara simultan dari *Experiential Marketing* dan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT. Telkom Datel Denpasar Selatan.
- d. Untuk memberikan upaya yang harus diterapkan oleh PT. Telkom Datel Denpasar Selatan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Indihome.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian diatas, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori-teori yang sudah ada, dan penelitian ini juga dapat menambah pengetahuan tentang *Experiential Marketing*, *Customer Relationship Management* dan Loyalitas Pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk memperoleh dan memperdalam ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya tentang pengaruh *Experiential Marketing*, *Customer Relationship Management* dan Loyalitas Pelanggan.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan tentang pengaruh *Experiential Marketing*, *Customer Relationship Management* dan Loyalitas Pelanggan.

3) Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi bagi pihak – pihak yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama dan mengembangkan di masa yang akan datang atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan membantu pembahasan dalam kegiatan penelitian ini, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang mendasar dari penelitian, hasil-hasil dari penelitian terdahulu, kerangka konsep dari variabel penelitian, serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang pengembangan metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, obyek penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, operasional variabel, uji instrument, teknik analisis data, serta jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dari data yang telah dianalisis melalui metode penelitian yang diterapkan, baik secara kualitatif, kuantitatif, maupun statistik.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini menyimpulkan tentang hasil dari penelitian serta pemberian saran kepada perusahaan, lembaga pendidikan, serta penelitian selanjutnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dikumpulkan dan diuji pada penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda, maka kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut:

- a. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif atau tidak terdapat pengaruh antara *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Datel Denpasar Selatan. Maka pada hipotesis secara parsial dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Datel Denpasar Selatan. Maka dapat disimpulkan pada hipotesis secara parsial bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

- c. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *Experiential Marketing* dan *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Datel Denpasar Selatan. Maka dapat disimpulkan bahwa pada hipotesis secara simultan H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- d. Upaya yang perlu dilakukan oleh PT. Telkom Datel Denpasar Selatan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan meninjau kembali hal-hal yang dapat menyebabkan ketidakstabilan internet, seperti perangkat keras yang digunakan (*router*, kabel, dan lain-lain), letak *router*, serta *traffic* jaringan internet; rutin melakukan pengecekan kembali pada kabel-kabel *fiber optic* yang terpasang dan *router*, serta meminimalisir gangguan teknis pada jaringan; memaksimalkan penggunaan teknologi dalam melayani pelanggan serta optimalisasi penyebaran informasi mengenai *update* terbaru mengenai Indihome kepada pelanggan seperti pengoptimalan sosial media serta pembuatan *website* khusus wilayah Telkom Denpasar Selatan agar pelanggan tidak harus datang ke kantor untuk memberikan keluhan maupun mencari informasi.

5.2 Saran

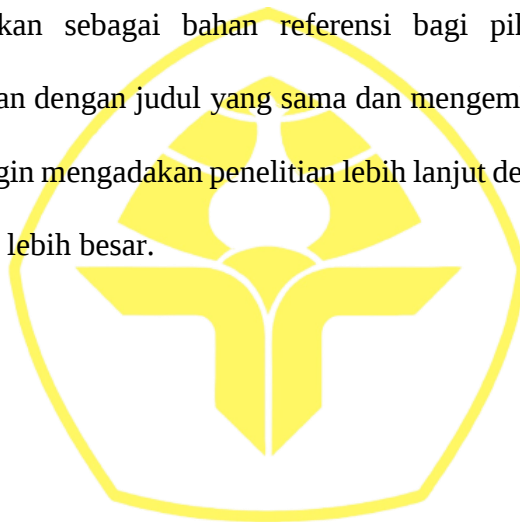
Dalam penulisan skripsi ini penulis memahami adanya kekurangan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, adapun saran yang dapat penulis berikan yaitu:

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian serta upaya-upaya yang dapat dilakukan perusahaan ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan tentang pengaruh *Experiential Marketing*, *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

b. Bagi Akademis

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian dengan judul yang sama dan mengembangkan di masa yang akan datang atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut dengan variabel lain atau dengan obyek yang lebih besar.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Adamnova, Anastasia, 2014. *Influence of Company's Website on CRM*. Thesis. Saima University.
- Albert Kurniawan. 2014. Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis. Bandung: L Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmaja, P. Dibia & Yulianthini, N. Nyoman. 2020. Pengaruh *Relationship Marketing* Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pada Pt. Telkom Datel Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* Vol. 13 No. 2
- Chang, W. J. (2021). *Experiential Marketing*, brand image and brand loyalty: a case study of Starbucks. *British Food Journal*
- Destya, S. Adelia & Askafi, Eka. 2021. *Influence Of Experiential Marketing And Customer Relationship Management During Pandemic On Restaurant Service User Loyalty*. *Otonomi* Vol. 21 Nomor 2 Edisi Oktober 2021
- Febrianingtyas, Media, Suharyono dan Edy Yulianto. 2014. Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Nasabah Bank Jawa Timur Cabang Gedung Inbis Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*

- Fahira, H. Dwi. 2020. Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Kc Banda Aceh). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Griffin, Jill. 2010. Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Halim, Fitria. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa - Google Books. In Yayasan Kita Menulis Business.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. Connect! Surfing New Wave Marketing. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Lane Keller. 2016. A Framework of Marketing Management, Sixth Edition, Pearson Education Limited, England
- Kumar dan Reinartz. 2012. The *Customer Relationship Management*: Concept. Strategy, Tools. London: Springer
- Kustini. 2007, Penerapan *Experiential Marketing*. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol. 7, No. 2. UPN "Veteran" Jawa Timur.

Napitupulu, Berliana. 2021. Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Poda Coffee & Resto Sidikalang. Universitas Sumatera Utara

Nasution. (2003). Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif. Bandung: Tarsito

Pramudita dan Japarianto, 2012, "Analisa Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya". Volume 1, No. 1, 10 July 2012.

Rusydi. 2017. Customer Excellence, Yogyakarta: Gosyen Publishing

Schmitt, B. H. 1999. *Experiential Marketing: How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. New York: Free Press.

Schmitt, Bernd H & Rogers, David L. (2008). Handbook on Brand and Experience Management. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited.

Smith, K., & Hanover, D. (2016). *Experiential Marketing: Secrets, Strategies, and Success Stories from the World's Greatest Brands*. In *Experiential Marketing: Secrets, Strategies, and Success Stories from the World's Greatest Brands*.

Soliha, E., Aquinia, A., Hayuningtias, K. A., & Ramadhan, K. R. (2021). The Influence of *Experiential Marketing* and Location on Customer Loyalty. Journal of Asian Finance, Economics and

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Metode Penelitian dan Pengembangan). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV Alfabeta.

Bandung.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Waciko, Kadek Jemmy. 2021. Statistik Bisnis (Aplikasi Dengan SPSS). Banyumas:

CV. Eureka Media Aksara

Yani, Ahmad & Munir, Miftahul. 2021. *Experiential Marketing* dan *Customer*

Relationship Management Dalam Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Jasa

Resort Pada Masa Pandemi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* Vol. 13

No. 2



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI