

**ANALISIS EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA CV. ROBBANI SNACK PRINGSEWU LAMPUNG
TAHUN 2020**

Oleh

Edwin Nugroho Suwandi

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU-LAMPUNG
TAHUN 2021**

ABSTRAK

EDWIN, Analisis *Experiential Marketing* Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Robbani Snack Pringsewu Lampung Tahun 2020 (Di bawah bimbingan Drs. SUMINTO AFFANDI, M.M. sebagai pembimbing Satu dan KOHAR, S.E., M.M. sebagai pembimbing dua), terdapat xv + 50 halaman + 14 dan lampiran.

Experiential Marketing yaitu suatu proses upaya strategi marketing untuk dapat menyentuh hati dan mendapatkan hati konsumen. *Experiential Marketing* jika dilakukan dengan baik dapat menjalin keterikatan emosional antara perusahaan dengan konsumen. Sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Masalah dalam penelitian ini adalah volume penjualan yang mengalami peningkatan di CV. Robbani Snack.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* terhadap volume penjualan di CV. Robbani Snack.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan tahapan analisis dari wawancara, reduksi dan pengelompokan data, inteprestasi dan kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisa pada variabel *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap volume penjualan pada tahun 2019 – 2020. Hal ini di tunjukan dengan volume penjualan yang semakin meningkat seiring dengan semakin kuatnya branding Robbani snack dengan implementasikan *Experiential Marketing* yang mereka lakukan.

ABSTRACT

EDWIN, Experiential Marketing Analysis of Sales Volume at CV. Robbani Snack Pringsewu Lampung Year 2020 (Under the guidance of Drs. SUMINTO AFFANDI, M.M. as supervisor Satu and KOHAR, S.E., M.M. as supervisor two), there are xv + 50 pages + 14 and attachments.

Experiential Marketing is a process of marketing strategy efforts to be able to touch the hearts and get the hearts of consumers. Experiential Marketing if done well can establish an emotional bond between companies and consumers. So that in the end can increase the company's sales.

The problem in this research is the increasing sales volume in CV. Robbani Snacks.

The purpose of this study was to determine the effect of Experiential Marketing on sales volume at CV. Robbani Snacks.

This research uses descriptive qualitative research methods. Data collection uses interviews, observation and documentation. Data analysis uses the analysis stages of interviews, data reduction and grouping, interpretation and conclusions.

Based on the results of the analysis on the Experiential Marketing variable that has an effect on sales volume in 2019 - 2020. This is shown by the increasing sales volume along with the stronger Robbani snack branding by implementing Experiential Marketing they are doing.

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS EXPERIENTIAL MARKETING
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
CV ROBBANI SNACK PRINGSEWU LAMPUNG
TAHUN 2020**

Nama Mahasiswa : **EDWIN NUGROHO SUWANDI**

No. Pokok Mahasiswa : 17010097

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Pembimbing I,

Drs. Hi. Suminto Affandi, M.M.
NIDN 9902006077

Pembimbing II,

Kohar, S.E., M.M.
NIDN 0204119001

2. Ketua Program Studi Manajemen

Dewi Mariam Widiniarsih, S.E., M.M.
NIDN 0219088804

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Penguji Utama : **Atmi Saptarini, S.E., M.M.**



Penguji I : **Dr. Hi. Suminto Affandi, M.M.**

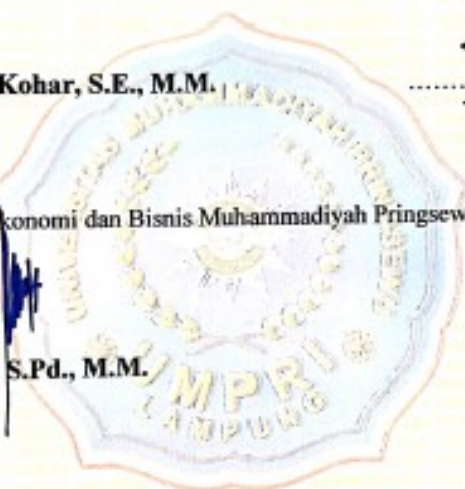


Penguji II : **Kohar, S.E., M.M.**



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Pringsewu Lampung

Sapto Yuwono, S.Pd., M.M.
NBM 672194



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Juni 2021

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

- Kedua orangtuaku tercinta Ibunda Gina dan Ayahanda Suwandi yang senantiasa membimbing, memotivasi, serta mendoakan keberhasilanku.
- Adikku Erlangga, Dias, Qonita yang turut memberikan semangat demi selesainya studiku.
- Teman-temanku Aris, Impri Adi, Daelpian Deni,
- Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan) tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

(QS.Al-Insyirah:6-7)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Yogyakarta Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu pada tanggal 19 Maret 1997. Penulis merupakan anak pertama dari 4 bersaudara pasangan Bapak Suwandi dan Ibu Gina.

Pendidikan yang pernah ditempuh :

1. TK Taruna Jaya Sidoharjo, lulus pada tahun 2003
2. SD Negeri 1 Yogyakarta, lulus pada tahun 2009
3. SMP Negeri 2 Gedong Tataan, lulus pada tahun 2012
4. SMA Negeri 2 Gadingrejo , lulus pada tahun 2015
5. Tahun 2017 tercatat sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen fakultas Ekonomi dan bisnis di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena rahmat dan karunia- Nya, Skripsi yang berjudul “Analisis Experiential Marketing Pada Volume Penjualan di CV Robbani Snack Pringsewu Lampung Tahun 2020“ dapat diselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat bagi pimpinan CV. Robbani Snack mengenai strategi marketing yang dapat dilakukan agar perusahaan terus berkembang. Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis dibimbing oleh dua pembimbing dan di bantu oleh beberapa dalam bentuk data, sarana, dan prasarana.

Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. H. Wanawir Am, M.M., M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
2. Bapak Drs. Sapto Yuwono,S.Pd.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung

3. Ibu Dewi Mariam Widiniarsih, S.E.,M.M. selaku Ketua Program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
4. Bapak Drs. Suminto Affandi, M.M selaku dosen Pembimbing satu yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak Kohar, S.E, M.M selaku dosen Pembimbing dua yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi ini
6. Bapak dan Ibu dosen beserta staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak Bambang Robbani sebagai pimpinan CV. Robbani Snack

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat Penulis harapkan, dan akhirnya semoga tulisan yang sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Pringsewu, 7 Mei 2021
Penyusun,

Edwin Nugroho Suwandi
NPM. 17010097

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGATAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Volume Penjualan	6
1. Pengertian Volume Penjualan	6
2. Tujuan Volume Penjualan.....	7
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	8
4. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan..	9
5. Jenis-Jenis Volume Penjualan.....	9
6. Indikator-indikator Volume Penjualan.....	11
B. <i>Experiential Marketing</i>	12
1. Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	12
2. Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	13
3. Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	14
4. Fungsi <i>Experiential Marketing</i>	15
5. Indikator-indikator <i>Experiential Marketing</i>	16
C. Kerangka Pikir.....	17
D. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	20
B. Definisi Operasional Penelitian.....	21
C. Metode Pengumpulan Data	22
D. Instrumen Penelitian	25

E. Populasi dan Sampel dan Teknik Sampling	26
F. Metode Analisis Data	26
G. Proses Analisis Data.....	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Situasi dan Kondisi Tempat Penilaian	29
1. Sejarah CV. Robbani Snack	29
2. Visi dan Misi	30
3. Struktur Organisasi.....	31
B. Pengumpulan Dan Penyajian Data	31
1. Pengumpulan Data	31
2. Penyajian Data.....	32
a. Narasumber.....	32
b. Data Pegawai	32
c. Omset Penjualan selama 2019 – 2020	33
C. Analisis Data	34
D. Pembahasan.....	45
1. Experiental Marketing.....	45
2. Volume penjualan	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Volume Penjualan	
3.1 Panduan Observasi	23
3.2 Panduan Dokumentasi	23
3.3 Pedoman Wawancara	24
4.1 Hasil Dokumentasi	32
4.2 Data Jumlah Pegawai Robbani Snack Tahun 2020	32
4.3 Omset Penjualan Robbani Snack 2019 – 2020	33
4.4 Hasil Wawancara Variabel <i>Experiental Marketing</i>	34
4.5 Hasil Wawancara Variabel Volume Penjualan	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pikir Penelitian	19
3.1 Proses Analisis Data.....	27
4.1 Struktur Organisasi.....	31