

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN
EDUKASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA APOTEK AFDAL**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
KENDARI**

2022



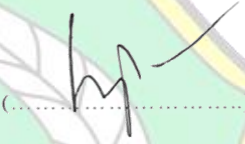



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax. (0401) 3193710/ 3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id website : <http://iainkendari.ac.id>

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Experiential Marketing dan Edukasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian, pada Apotek Afdal**" yang ditulis oleh **KHAERUNNISA NIM. 18050101079** Mahasiswa Program Studi **Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari**, telah diuji dan dipresentasikan dalam **Skripsi** yang diselenggarakan pada hari **Senin tanggal 04 Juli 2022** dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE).

Dewan Penguji Skripsi

Ketua	: Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si,	(..... )
Sekretaris	: Adzil Arsyi Sabana SE, ME	(..... )
Anggota 1	: Akmal ME	(..... )
Anggota 2	: Dewi Santri S.Si, M.Si	(..... )

Kendari, 07 September 2022

& Dekan

Dr. H. Rusdin Muhalling M.EI
NIP. 196310292000031001





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Sultan Qaimuddin No.17 Telp/Fax (0401) 3193710

E-Mail: Febi_iain@yahoo.co.id –website: <http://febi.iainkendari.ac.id>

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hasil penelitian yang berjudul: ” Pengaruh Experiential Marketing Dan Edukasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Afdal” yang ditulis oleh **Khaerunnisa** NIM. **18050101079** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari telah dikonsultasikan dan disetujui oleh pembimbing. Untuk selanjutnya mengikuti ujian Seminar Munaqasyah. Demikian persetujuan ini diberikan proses selanjutnya.

Kendari, 24 Juni 2022

Dosen Pembimbing I

Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.SI
NIP.197009182000031001

Dosen Pembimbing II

Adzil Arsvi Sabana SE.,ME
NIP.198902232019031008

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Experiential Marketing Dan Edukasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Afdal”** di bawah bimbingan Dr. Wahyuddin Maguni S.E., M.Si dan Adzil Arsyi Sabana S.E., M.E telah diperoleh dan disajikan sesuai dengan peraturan akademik dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam skripsi ini telah disebutkan di dalam daftar pustaka. Dengan penuh kesadaran saya menyatakan bahwa ini adalah hasil karya saya sendiri. jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, yang dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kendari 27 Juni 2022

Penulis Skripsi,



Khaerunnisa

Nim.18050101079

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khaerunnisa
Nim : 18050101079
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh Experiential Marketing Dan Edukasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Afdal”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengali media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Kendari,
Pada tanggal : 27 Juni 2022
Yang menyatakan,



Khaerunnisa
Nim. 18050101079

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan rahmat dan karunia-NYA kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan hasil penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Experiential Marketing Dan Edukasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Afdal**” Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan rahmat dan karunia-NYA kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan hasil penelitian yang berjudul Hasil penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi pada Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, di Institut Agama Islam Negeri Kendari.

Dengan segala ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya:

1. Kepada Rektor IAIN Kendari Prof. Dr. Faizah Binti Awad M.Pd
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari Dr. H. Rusdin Muhalling M.El.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah di IAIN Kendari Abdul Wahid Mongkito S.Si., M.El.
4. Dr. Wahyuddin Manguni SE., M.Si sebagai pembimbing I dan Adzil Arsyi Sabana SE., ME pembimbing sebagai pembimbing II

penulisan skripsi yang senantiasa meluangkan waktu dengan penuh kesabaran dalam memberikan saran dan masukan kepada penulis.

5. Akmal ME selaku dosen penguji I, Dewi Santri S.Si., M.Si selaku dosen penguji II pada seminar hasil penelitian yang telah memberikan masukan serta kritik yang membangun agar menghasilkan skripsi yang baik.
6. Kepada seluruh dosen dan tenaga kerja kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN kendari yang ramah dan cekatan dalam melayani setiap keluhan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah melayani setiap keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Terima kasih kepada kedua Orang tua, kakak dan adik saya yang selalu memberikan doa dan dukungan selama proses penyelesaian hasil penelitian ini.
9. Teman-teman seangkatan saya kelas Ekonomi Syariah C angkatan 2018 khususnya Rialfa Alfionita Musa, Muh Ahsanul Amal S.E, Elizyah Pratiwi dan Iin Padillah. Yang telah ada dalam banyak waktu dan kesempatan selama saya berkuliah dan Terimakasih.
10. Sahabat – sahabat saya Apt. Andi Iqmal Jaya Putra S.Farm, Apt. Fina Audina S.Farm dan Rizky Budi Utami S.Pd., M.Pd terima kasih banyak telah ada dalam banyak waktu dan kesempatannya, selalu memberikan motivasi, dukungan dan bersedia mendengarkan perjalanan cerita saya, terima kasih atas segala

kehangatannya selama menjadi sahabat saya, dan sekali lagi terima kasih banyak sudah menjadi bagian dalam perjalanan hidup saya.

11. Pemilik Apotek Afdal yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan sebuah penelitian serta memberikan informasi terkait apotek tersebut.
12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyelesaian hasil penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam hasil penelitian ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan, kritik dan saran yang membangun diharapkan dapat memperbaiki kesalahan dalam hasil penelitian ini. Harapan penulis semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya, serta bermanfaat bagi penulis khususnya.

Kendari, 27 Juni 2022

Penulis,

Khaerunnisa

NIM. 18050101079

ABSTRAK

Khaerunnisa. NIM 18050101079. "Pengaruh experiential marketing dan edukasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada apotek Afdal. Melalui pembimbing Wahyuddin Maguni dan Adzil Arsyi Sabana

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel experiential marketing dan edukasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada apotek Afdal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dengan populasi sebanyak 1040 orang. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Isaac dan michel diperoleh 64 responden. Dengan metode uji analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa experiential marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada apotek Afdal. Hal ini terlihat dari nilai sig. Nilai signifikan antara experiential marketing (X_1) dengan keputusan pembeli (Y) adalah $0.018 < 0.05$, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel experiential marketing dengan variabel keputusan pembelian.

Selanjutnya, hubungan antara edukasi konsumen (X_2) dengan keputusan pembelian (Y) memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0.05$ pada uji t, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel edukasi konsumen dengan variabel keputusan pembelian pada apotek Afdal.

Selanjutnya secara simultan variabel experiential marketing (X_1) dan edukasi konsumen (X_2) berpengaruh secara signifikan dilihat dari uji f dengan nilai sig. $0.000 < 0.05$.

Kata kunci : Experiential marketing, edukasi konsumen dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Khaerunnisa. NIM 18050101079.”the effect experiential marketing and consumer education on purchasing decision at Apotek Afdal. Through the advisor, Wahyudin Maguni and Adzil Arsyi Sabana

This study aims to determine how much influence the experiential marketing and consumer education variables have on purchasing decisions at Afdal pharmacies. This research uses quantitative methods. With a population of 1040 people. The number of samples is determined by the formula Isaac and Michel obtained 64 respondents. With multiple linear regression analysis test method.

Based on the results of research conducted, it is known that experiential marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions at Afdal pharmacies. This can be seen from the value of sig. The significant value between experiential marketing (X1) and buyer's decision (Y) is $0.018 < 0.05$, which means that there is a significant influence between the experiential marketing variable and the purchasing decision variable.

Furthermore, the relationship between consumer education (X2) and purchasing decisions (Y) has a significant value of $0.000 < 0.05$ on the t test, which means that there is a significant correlation between the consumer education variable and the purchasing decision variable at the Afdal pharmacy.

Then, simultaneously, experiential marketing (X1) and consumer education (X2) variables have a significant effect, seen from the f test with sig value. $0.000 < 0.05$.

Keywords: Experiential marketing, consumer education and purchasing decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Definisi Operasional	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	13
2.2. Landasan Teori	23
2.2.1 Teori Experiential Marketing	23
2.2.2 Teori Edukasi Konsumen	35
2.2.3 Teori Keputusan Pembelian	42
2.3. Grand Teori	50
2.4. Kerangka Pikir	55

2.5. Hipotesis Penelitian	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	60
3.1. Jenis Penelitian	60
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	60
3.3. Populasi dan Sampel	61
3.4. Data dan Sumber Data	64
3.5. Variabel penelitian	65
3.6. Desain Penelitian	66
3.7. Teknik Pengumpulan Data	69
3.8. Instrumen Penelitian	70
3.9. Teknik analisis data.....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	79
4.1. Gambaran umum lokasi penelitian.....	79
4.2. Perkembangan Apotek Afdal.....	81
1.3. Hasil Penelitian.....	82
4.4. Deskripsi variabel penelitian.....	85
4.5. Analisis data	121
BAB V PENUTUP	149
5.1. Kesimpulan.....	149
5.2. Saran.....	150
DAFTAR PUSTAKA	152
1. KUESIONER PENELITIAN	158
2. IDENTITAS RESPONDEN.....	160
3. VARIABEL PENELITIAN	161
4. GAMBARAN PENYEBARAN KUESIONER	190