

**HUBUNGAN *EXPERIENTIAL MARKETING* DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN PENGGUNA *SMARTPHONE XIAOMI*
(Studi Kasus Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang)**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Prodi Ekonomi Syariah*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh :

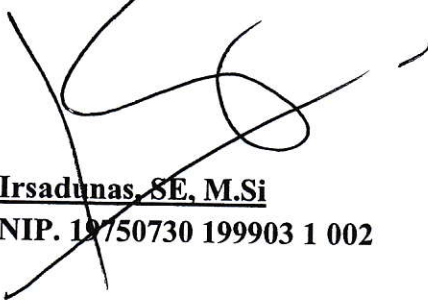
**DARA MULIA PUTRI
1313060493**

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
1439 H / 2018 M**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

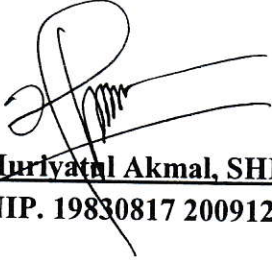
Skripsi dengan judul “*Hubungan Experiential Marketing dengan Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Xiaomi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang*” disusun oleh **Dara Mulia Putri, NIM. 1313060493** telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat diajukan ke sidang Munaqasyah.

Pembimbing I


Irsadunas, SE, M.Si
NIP. 19750730 199903 1 002

Padang, 14 Februari 2018

Pembimbing II


Huriyatul Akmal, SHI,MSI
NIP. 19830817 200912 1 005

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul “*Hubungan Experiential Marketing Dengan Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Xiaomi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang*”, yang telah disusun oleh **Dara Mulia Putri, NIM. 1313060493** telah diuji dalam sidang munaqasyah hari Rabu, 28 Februari 2018 dan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S.1) pada Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Imam Bonjol Padang.

Padang, 28 Februari 2018

Tim Penguji

Ketua

Dra. Hulwati, M. Hum., Ph.D
NIP. 19640113 199303 2 002

Sekretaris

Aslan Deri Ichsandi, SH, MH
NIP. 19801127 200901 1 007

Anggota,

Penguji I

Dra. Hulwati, M. Hum., Ph.D
NIP. 19640113 199303 2 002

Penguji II

Nila Mardiah, SE, MM
NIP. 19831208 201503 2 003

Pembimbing I

Irsadunas, SE, M.Si
NIP. 19750730 199903 1 002

Pembimbing II

Huriyatul Akmal, SHI, MSI
NIP. 19830817 200912 1 005

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Imam Bonjol Padang



H. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D
NIP. 19711201 199603 1 002

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Hubungan *Experiential Marketing* Dengan Kepuasan Konsumen Pengguna *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang)**”. Disusun oleh Dara Mulia Putri, NIM 1313060493, Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang tahun 2018.

Penggunaan *smartphone* pada saat sekarang sudah semakin mengalami peningkatan serta menjadi tren saat ini. Seiring dengan peningkatannya tentunya *smartphone* banyak diminati sehingga telah menjadi kebutuhan. *Smartphone* Xiaomi dengan berbagai macam fitur yang menarik sehingga akan menjadi daya tarik bagi mahasiswa untuk memilikinya. Dalam menggunakan *smartphone* Xiaomi tidak hanya pengalaman saja bahkan faktor lain juga berperan dalam menimbulkan kepuasan kepada orang yang menggunakan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana hubungan *experiential marketing* dengan kepuasan konsumen pengguna *smartphone* Xiaomi. Objek penelitian adalah konsumen yang pernah menggunakan *smartphone* Xiaomi. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 46 konsumen yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS 16.

Hasil pengujian analisis data menggunakan Korelasi *Pearson Produk Moment* yang dilakukan ditemukan bahwa *experiential marketing* memiliki korelasi yang sedang dengan kepuasan konsumen dengan nilai 0,523 dan tingkat signifikan 0,000.

Kata kunci: *Experiential Marketing* dan Kepuasan Konsumen