

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Orientasi Konsumen, dan *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen di Griya Laundry Watulimo Trenggalek” yang ditulis oleh Kismarawati, NIM 126405201088, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang sibuk mencari layanan yang dapat menghemat waktu, termasuk jasa laundry. Bisnis laundry menjadi subjek penelitian yang menarik karena dapat memberikan wawasan tentang perubahan perilaku konsumen terkait dengan kebersihan dan kesehatan, faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih layanan, serta strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Tujuan dari Penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh signifikan gaya hidup terhadap loyalitas konsumen di Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (2) untuk mengetahui pengaruh signifikan orientasi konsumen terhadap loyalitas konsumen di Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (3) untuk mengetahui pengaruh signifikan *experiential marketing* terhadap loyalitas konsumen di Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (4) untuk mengetahui pengaruh signifikan secara simultan gaya hidup, orientasi konsumen, dan *experiential marketing* terhadap loyalitas konsumen di Griya Laundry Watulimo Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Pengolahan data yang digunakan yaitu SPSS 27. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, uji T, uji F, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen di Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (2) orientasi konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen di Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (3) *experiential marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen di Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (4) gaya hidup, orientasi konsumen, dan *experiential marketing* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen di Griya Laundry Watulimo Trenggalek.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Orientasi Konsumen, Experiential Marketing, Loyalitas

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Lifestyle, Consumer Orientation, and Experiential Marketing on Consumer Loyalty at Griya Laundry Watulimo Trenggalek" was written by Kismarawati, NIM 126405201088, Depnagement Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business with supervisor Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This research is based on changes in people's lifestyles who are busy looking for services that can save time, including laundry services. The laundry business is an interesting research subject because it can provide insight into changes in consumer behavior related to cleanliness and health, factors that affect consumer satisfaction in choosing services, and strategies that can be used to increase consumer loyalty.

The objectives of this study are (1) to determine the significant influence of lifestyle on consumer loyalty at Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (2) to determine the significant influence of consumer orientation on consumer loyalty at Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (3) to determine the significant influence of experiential marketing on consumer loyalty at Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (4) to find out the significant influence of lifestyle simultaneously, consumer orientation, and experiential marketing towards consumer loyalty at Griya Laundry Watulimo Trenggalek.

This study uses a quantitative approach method and an associative type of research. The data source used is primary data with a sample of 100 respondents. The data collection technique used is a questionnaire (questionnaire). The data processing used is SPSS 27. This study used validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heterokedasticity test, autocorrelation test, T test, F test, determination coefficient test (R²) and multiple linear regression test.

The results of this study show that (1) lifestyle has a significant positive effect on consumer loyalty at Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (2) consumer orientation has a significant positive effect on consumer loyalty at Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (3) experiential marketing has a significant positive effect on consumer loyalty at Griya Laundry Watulimo Trenggalek, (4) lifestyle, consumer orientation, and experiential marketing simultaneously or together has a significant positive effect on consumer loyalty at Griya Laundry Watulimo Trenggalek.

Keywords: Lifestyle, Consumer Orientation, Experiential Marketing, Loyalty