



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA EKSTENSI

SKRIPSI

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING
TERHADAP PERILAKU WORD OF MOUTH
KONSUMEN MACINTOSH (APPLE INC.)**

oleh

**IRAWATI
0903320818**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial dalam Bidang Ilmu Administrasi

**Depok
2008**



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

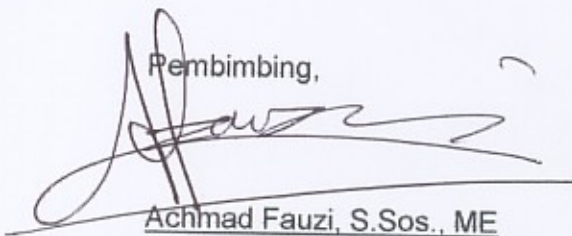
Nama : Irawati
NPM : 0903320818
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul : PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP PERILAKU WORD OF MOUTH KONSUMEN MACINTOSH (APPLE INC.) telah dipertahankan di hadapan sidang penguji skripsi Program Sarjana Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Pada, tanggal: Jumat, 27 Juni 2008.

Penguji Skripsi


Ketua Sidang,


Drs. Asrori, MA, FLMI
NUP 130702932

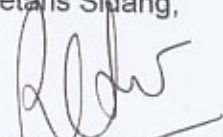
Pembimbing,


Achmad Fauzi, S.Sos., ME
NUP 0900300015

Penguji Ahli,


Fatimah Muchtar, S.Sos.,ME
NUP 0905030245

Sekretaris Sidang,


Dra. Retno Kusumastuti, M.Si
NUP 0900500028



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Irawati
NPM : 0903320818
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Judul Skripsi :

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP PERILAKU WORD OF MOUTH KONSUMEN MACINTOSH (APPLE INC.) telah diperiksa oleh Ketua Program sarjana dan Pembimbing serta dinyatakan layak untuk diajukan ke sidang skripsi Program Sarjana Departemen Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Ketua Program Sarjana,

Drs. Asrori, MA, FLMI

NUP 130702932

Disetujui oleh

Pembimbing,

Achmad Fauzi, S.Sos., ME

NUP 0900300015



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : IRAWATI

NPM : 0903320818

PROGRAM STUDI : ILMU ADMINISTRASI NIAGA

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP PERILAKU WORD OF MOUTH KONSUMEN MACINTOSH (APPLE INC.) benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

27 JUNI 2008

IRAWATI

0903320818

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulisan skripsi yang berjudul PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP PERILAKU WORD OF MOUTH KONSUMEN MACINTOSH (APPLE INC.) yang merupakan salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia, dapat diselesaikan.

Berbagai hambatan dan kesulitan dialami oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini. Namun hambatan-hambatan tersebut dapat teratasi dengan adanya bantuan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak. Dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, Msc., selaku Dekan FISIP UI.
- 2) Dr. Asrori, MA, FLMI., selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
- 3) Drs. Azis Muslim, M.Si., selaku Sekretaris Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
- 4) Ahmad Fauzi, S.Sos., ME., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga FISIP UI dan juga menjadi dosen pembimbing skripsi yang dengan tangan terbuka memberikan waktu dan kontribusi sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
- 5) Fatimah Muchtar. S.Sos., ME., selaku dosen penguji dalam sidang outline dan sidang akhir. Dengan kelapangan dada menunjukkan mana yang benar dan yang salah dalam penelitian.
- 6) Seluruh dosen FISIP UI atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
- 7) Seluruh petugas subak ekstensi UI, mas dodo, mas bana, dan kawan-kawan.
- 8) Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

- 9) Kedua orang tua, Mama dan Bapak, yang doa, semangat, dan kasih sayangnya selalu menyertai di setiap langkah penulis.
- 10) Adik ku Helen, juga keluarga besar om Edi, ibu, serta ponakan.
- 11) Teman-teman yang memberikan dorongan semangat dan kerja keras: zelvia, mimi, pola. Dan yang tak terucapkan, sayang ku tunggu dipelaminan.
- 12) Yang terakhir dan tak kalah penting: *my lovely kompie*
- 13) Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Depok, 27 Juni 2008

Penulis



DAFTAR ISI

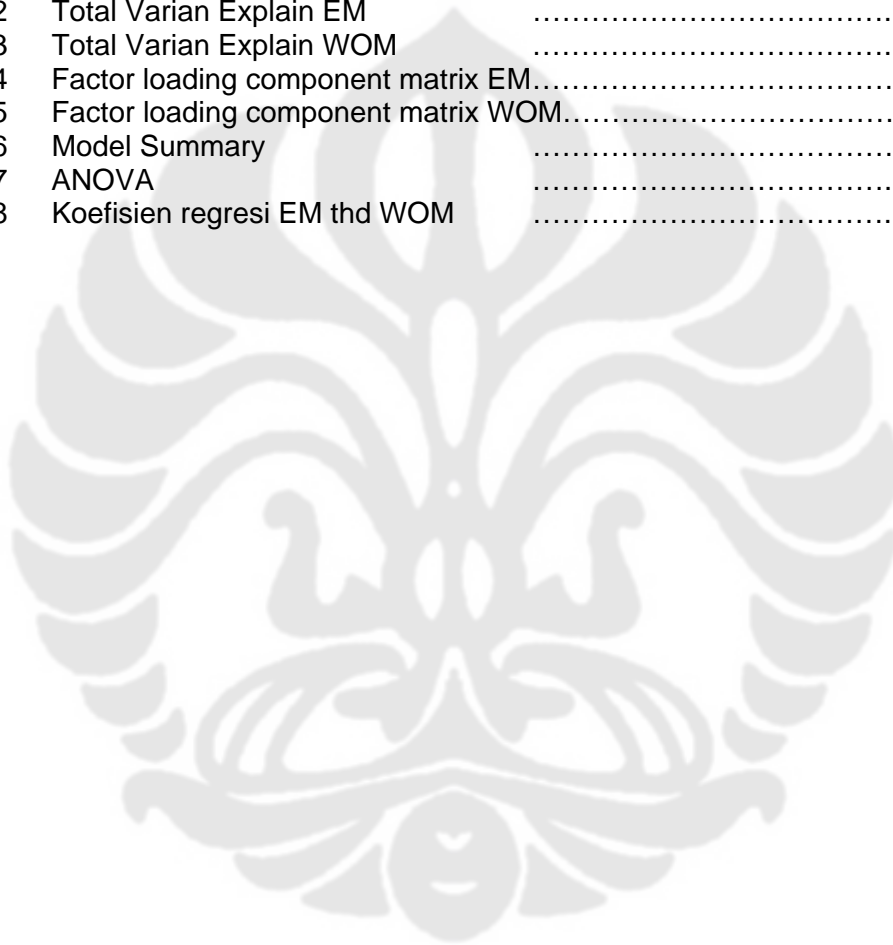
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. POKOK PERMASALAHAN	8
C. TUJUAN PENELITIAN	10
D. SIGNIFIKANSI PENELITIAN	10
1) Manfaat Praktis	10
2) Manfaat Ilmiah/Akademis	11
E. SISTEMATIKA PENULISAN	11
BAB II KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN	
A. TINJAUAN LITERATUR	13
1) Kerangka Konseptual	13
2) Konstruksi Model Teoritis	15
a) Experiential Marketing	15
i) Experience	16
ii) Strategic experiences modules	16
iii) Experience providers	19
iv) Experiential grid	26
v) Experiential Hybrids & Wheel	24
b) Word of Mouth	29
i) Strategi implikasi WOM	30
ii) Faktor” yang mempengaruhi perilaku WOM konsumen.....	33
(1) Customer Satisfaction	33
(2) Opinion Leadership	35
(a) Empat jenis pusat jaringan	37
(b) Karakteristik pusat jaringan	38
(3) Contagious Product	40
3) Model Analisis	43
4) Hipotesis	44
5) Operasionalisasi Konsep	45

B. METODE PENELITIAN	48
1) Pendekatan Penelitian	48
2) Jenis Penelitian	48
3) Teknik Pengumpulan Data	49
a) Data primer	49
b) Data sekunder	49
4) Populasi dan Sampel	50
a) Target Populasi	51
b) Kerangka Sampling	51
5) Teknik Analisis Data	53
a) Pengukuran	53
b) Pengolahan Data	54
i) Distribusi Frekuensi	54
ii) Analisis Faktor	54
iii) Analisis Reliabilitas	54
iv) Analisis Regresi Linier Sederhana	56
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. APPLE INC.	57
1) Background Perusahaan	58
2) Strategi Bisnis	59
a) Gaya Hidup Digital	60
b) Perluasan Distribusi	61
c) Pasar di bidang Pendidikan	62
d) Professional di Bidang Kreatif	63
e) Lainnya	64
3) Pengelolaan Bisnis	64
4) Produk	64
a) Produk Hardware	65
i) MacBook Pro	66
ii) MacBook	67
iii) Mac Pro	67
b) Software OS	68
5) R & D	69
6) Corporate Affair	69
a) Kantor pusat	69
b) Properti	70
c) CEO	71
d) Dewan Direksi	71
e) Executive	71
f) Karyawan	72
B. DATA FINANSIAL	72
C. IMPLEMENTASI EXPERIENTIAL MARKETING	73
1) Komunikasi	73
2) Identitas Visual dan Verbal	75
3) Produk	77
4) Co-branding	78
5) Website	79

D. IMPLEMENTASI WOM	80
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	82
1) Validitas Pengukuran	82
2) Reabilitas Penelitian	86
B. HASIL PENGOLAHAN DATA	87
1) Jenis kelamin	88
2) Usia	89
3) Jenis Pekerjaan	90
4) Model Macintosh yang dimiliki	91
5) Aktifitas yang dilakukan menggunakan Macintosh	92
C. ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA	87
1) Uji hipotesis menggunakan nilai signifikansi	95
2) Uji hipotesis dengan menggunakan uji t	95
D. ANALISIS HASIL TEMUAN	96
BAB V PENUTUP	97
A. SIMPULAN	97
B. SARAN	98
DAFTAR PUSTAKA	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	102

DAFTAR TABEL

II.1	Operasionalisasi Konsep	46
III.1	Perkembangan Macintosh	66
III.2	Net Sales	73
IV.1	Ukuran Validitas	83
IV.2	Total Varian Explain EM	84
IV.3	Total Varian Explain WOM	84
IV.4	Factor loading component matrix EM	85
IV.5	Factor loading component matrix WOM	86
IV.6	Model Summary	93
IV.7	ANOVA	94
IV.8	Koefisien regresi EM thd WOM	94



DAFTAR GAMBAR

I.1	Pertumbuhan Apple	5
II.1	Experience Provider	20
II.2	Experiential Grid	26
II.3	Holistic Experience	25
II.4	Experiential Wheel	28
II.5	Value Proposition	32
II.6	Model Opinion Leadership	36
II.7	Model Penelitian	44
III.1	Kantor pusat Apple	70
III.2	Iklan tv "PC VS MAC"	75
III.3	Logo Apple	76
III.4	Produk Macintosh	78
IV.1	Jenis Kelamin	84
IV.2	Usia Responden	88
IV.3	Jenis Pekerjaan	89
IV.4	Model Macintosh yang dimiliki	90
IV.5	Aktivitas yang Dilakukan	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Saw Card iklan Macintosh 'PC VS MAC'
Lampiran 3	Uji Validitas
Lampiran 4	Uji Reabilitas
Lampiran 5	Analisis Regresi Linier

