

**PENGARUH PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK DAN  
LAYANAN PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA  
KANTOR CABANG ABDULLAH SILONDAE 2**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Mematuhi Salah Satu Syarat Dalam Penyelesaian  
Studi Pada Program Studi Perbankan Syariah

**OLEH**

**ALDIYANSYAH NURFADLI  
18050102046**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI**

**2022**



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

Jl. Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga Kendari Telp.(0401)3192081 Fax.3193710

Email: [Febi\\_iain@yahoo.co.id](mailto:Febi_iain@yahoo.co.id) - Website: <http://febi.iainkendari.ac.id>

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Proposal yang berjudul “**PENGARUH PENDEKATAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK DAN LAYANAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG ABDULLAH SILONDAE 2**” yang ditulis oleh saudara **Aldiyansyah Nurfadli**, Nim **18050102046**, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah dikonsultasikan dan disetujui oleh Pembimbing I dan Pembimbing II, untuk selanjutnya siap mengikuti seminar Proposal.

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Akmal, ME

NIP.197712182009121003

Mahadz, Lc., ME

NIP.198904012019031014



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

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

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skrripsi dengan Judul "PENGARUH PENDEKATAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK DAN LAYANAN PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG ABDULLAH SILONDAE 2" yang ditulis oleh ALDIYANSYAH NURFADLI NIM. 18050102046 Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam Skripsi yang diselenggarakan pada hari Selasa tanggal 01 November 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE).

**Dewan Penguji Skripsi**

Ketua	:	Akmal ME	(.....)
Sekretaris	:	Mahfudz Lc., M.E	(.....)
Anggota1	:	Alwahidin S.Si., M.Sc	(.....)
Anggota2	:	Sumiyadi SE, ME	(.....)

Kendari, 12 Desember 2022

.....  
Dekan

.....  
Zaidin Muhalling M.Ei

.....  
96310292000031001



Visi Program Studi Perbankan Syariah (PBS) :

*"Menjadi program studi unggul dalam pengembangan ilmu perbankan syariah yang transdisipliner"*

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Pendekatan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Produk dan Layanan Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Abdullah Silondae 2” melalui bimbingan Akmal ME dan Mahfudz Lc., ME, telah memberikan arahan sesuai dengan pedoman keilmuan dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak ada karya yang sudah diajukan sebelumnya untuk mendapatkan sertifikasi empat tahun diperguruan tinggi. Semua sumber referensi yang digunakan dalam skripsi ini telah direferensikan dalam daftar pustaka. dengan penuh perhatian, skripsi ini saya kerjakan dan selesaikan sendiri. Jika kemudian terbukti bahwa skripsi ini adalah salinan, pemalsuan, peniruan, yang dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau tingakt tertentu, maka skripsi dan judul yang diperoleh selanjutnya menjadi tidak sah dan batal.

Kendari, 26 Oktober 2022

Penulis



**Aldiyansyah Nurfadli**  
NIM. 18050102046

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

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aldiyansyah Nurfadli  
Nim : 18050102046  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

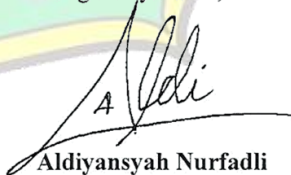
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari Hak Bebas Royalti Noneklusif (non exclusive royalty-free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Pendekatan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Produk dan Layanan Pada Nasabah Bank Syariah Indomesia Kantor Cabang Abdullah Silondae 2”. Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan 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 sebenarnya.

Kendari, 26 Oktober 2022

Yang menyatakan,

  
Aldiyansyah Nurfadli

## KATA PENGANTAR



Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Yang selalu mencurahkan rahmat dan hidayah-nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pendekatan *Experiential Marketing* Terhadap Keputusan Penggunaan Produk dan Layanan pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Abdullah Silondae 2”**. Dan juga shawalat serta salah semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman ketidaktahuan (*jahiliyah*) menuju zaman kebenaran seperti saat ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akhir bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan Studi S1 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.

Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi, yaitu: Kepada Orang Tua Saya terutama Ibu Saya Sartini, Almarhumah Nenek Saya, Kakek Saya, serta adik-adik Saya yang telah membantu baik moral maupun materil dengan iringan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan hasil penelitian ini. Serta terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak terkait, yaitu:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, Prof. Dr. Faizah Binti Awad, M.Pd. yang telah memberikan dukungan

sarana dan fasilitas serta kebijakan yang mendukung penyelesaian studi penulis.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, Dr. H. Rusdin Muhalling, M.E.I. yang telah membeikan dukungan.
3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Nurjannah, S.Kom., M.Pd. yang senantiasa memberikan motivasi, nasehat serta saran kepada penulis.
4. Akmal, ME. Selaku Pembimbing Pertama dan Mahfudz, LC., ME. Selaku Pembimbing Kedua yang telah bersedia membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Alwahidin, S.Si., M.Sc. Selaku penguji pertama dan Sumiyadi, S.E., M.E. Selaku penguji kedua yang telah memberikan saran dan masukan.
6. Seluruh Dosen dan tenaga kerja kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari yang ramah dan cekatan dalam melayani setiap keluhan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari yang telah melayani setiap keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Kepala Perpustakaan IAIN Kendari yang telah menyediakan fasilitas studi perpustakaan.
9. Kepada Keluarga Ibu Sandiyem yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti.

10. Kepada teman-teman AWS Reza Alfian, Dimas Prayoga, Agus D, Sailan, dan Safriudin dan teman-teman Perbankan Syariah Kelas A Angkatan 2018 yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti.
11. Kepada teman-teman KKN Posko 98 Desa Sawa Indah, Reski Handayani Chambali (Eki), Reski Nur Fatimah (Kiki), Nurwahdania (Nunu), Sukriyati (Sukri), Hasna (Chana Senpai), dan Lutfi (Kordes) serta seluruh keluarga besar Desa Sawa Indah.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmatnya kepada kita semua. Dalam penulisan Skripsi ini, penulis berharap semoga dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya, serta bermanfaat pada penulis khususnya. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharap kritik dan saran yang membangun guna perbaikan penulisan ini.

Kendari, 26 Oktober 2022

Penulis



Aldiyannsyah Nurfadli  
18050102046



## ABSTRAK

**Aldiyansyah Nurfadli, NIM: 18050102046, Pengaruh Pendekatan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Produk dan Layanan pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Abdullah Silondae 2.** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kendari melalui pembimbing I Bapak Akmal, ME. dan pembimbing II Bapak Mahfudz, LC., ME.

---

Experiential marketing adalah metode pemasaran yang didorong oleh pengalaman. Telah banyak penelitian yang dilakukan mengenai hal ini, akan tetapi diantara beragam penelitian mengenai experiential marketing, belum ada penelitian yang membahas secara spesifik mengenai experiential marketing terhadap keputusan penggunaan produk dan layanan di perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menguji pengaruh Pendekatan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Produk dan Layanan Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Abdullah Silondae 2. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel diperoleh sebanyak 96 responden dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive sampling*. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner dan studi Pustaka. Data diolah menggunakan software Microsoft Excel dan SmartPLS 4.0. Dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel Experiential Marketing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan produk dan layanan pada BSI.

Kata Kunci: *Bank Syariah Indonesia, Experiential Marketing, Keputusan Penggunaan*

## ABSTRACT

**Aldiyansyah Nurfadli, NIM: 18050102046, *The Influence of Experiential Marketing Approach on The Decision to Use Products and Services in Customers of Bank Syariah Indonesia Abdullah Silondae Branch Office 2.*** Faculty of Economics and Islamic Business, Kendari State Islamic Institute through supervisor I Mr. Akmal, ME. and supervisor II Mr. Mahfudz, LC., ME.

---

Experiential marketing is an experience driven marketing method. There have been many studies conducted on this matter, but among various studies on experiential marketing, there has been no research that specifically discusses experiential marketing on decisions to use products and services in banking. This study aims to see and examine the effect of the Experiential Marketing Approach on the Decision to Use Products and Services for Indonesian Sharia Bank Customers at Abdullah Silondae 2 Branch Office. This study uses quantitative methods. Samples were obtained as many as 96 respondents with sampling using purposive sampling technique. Meanwhile, the data collection technique was carried out using questionnaires and library studies. The data was processed using Microsoft Excel and SmartPLS 4.0 software. From the results of data processing, it is shown that the Experiential Marketing variable has a positive and significant effect on the decision to use products and services at BSI.

**Keywords:** *Bank Syariah Indonesia, Experiential Marketing, Decision to Use*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Definisi Operasional .....	8
1.6. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	12
2.2. Landasan Teori .....	14
2.2.1 Teori <i>Experiential Marketing</i> .....	14
2.2.2 Teori Keputusan Penggunaan.....	20

2.3. Alur Penelitian .....	27
2.4. Kerangka Pikir .....	29
2.5. Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	31
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
3.3. Populasi dan Sampel.....	32
3.4. Data dan Sumber Data.....	34
3.5. Variabel Penelitian.....	35
3.6. Desain Penelitian .....	36
3.7. Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.8. Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1. Hasil.....	46
4.1.1 Gambaran Umum Responden .....	46
4.1.2 Statistik Deskriptif.....	54
4.1.3 Evaluasi Model Analisis Data Penelitian .....	59
4.2. Pembahasan .....	86
4.3. Implikasi Penelitian .....	92
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
5.1. Kesimpulan .....	94
5.2. Saran .....	95
5.3. Limitasi Penelitian .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>106</b>

Lampiran 1: Data Penelitian..... 107  
Lampiran 2: Output SmartPLS Versi 4.0 ..... 124



**DAFTAR TABEL**

Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1.	Jenis Kelamin Responden .....	47
4.2.	Kelompok Umur Reponden.....	48
4.3.	Tingkat Pendidikan.....	49
4.4.	Jenis Pekerjaan .....	50
4.5.	Tingkat Penghasilan .....	51
4.6.	Lama Menjadi Nasabah.....	52
4.7.	Kunjungan Responden .....	53
4.8.	Jumlah Kunjungan.....	54
4.9.	Deskripsi Varaibel Laten <i>Experiential Marketing</i> (X).....	56
4.10.	Deskripsi Varaibel Keputusan Penggunaan (Y).....	58
4.11.	Analisis Nilai <i>Outer Loading</i> .....	61
4.12.	Hasil Uji Validitas <i>Sense</i> (Panca Indera) .....	64
4.13.	Hasil Uji Validitas <i>Feel</i> (Perasaan) .....	66
4.14.	Hasil Uji Validitas <i>Think</i> (Pikiran).....	67
4.15.	Hasil Uji Validitas <i>Act</i> (Tindakan) .....	69
4.16.	Hasil Uji Validitas <i>Relate</i> (Hubungan) .....	70
4.17.	Hasil Uji Validitas Pengenalan Kebutuhan .....	72
4.18.	Hasil Uji Validitas Pencarian Informasi.....	73
4.19.	Hasil Uji Validitas Evaluasi Alternatif.....	74
4.20.	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	76
4.21.	Hasil Uji Validitas Perilaku Pasca Pembelian.....	77
4.22.	Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) ...	79
4.23.	Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i> .....	79

4.24.	Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i> .....	81
4.25.	Hasil Analisis <i>Cornbach's Alpha</i> .....	81
4.26.	Hasil Analisis <i>R-square</i> .....	83
4.27.	Hasil Analisis NFI.....	84
4.28.	Hasil Analisis <i>Path Coefficient</i> .....	85



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
3.1.	Desain Penelitian .....	37
3.2.	Hubungan Antar Variabel .....	37
4.1.	Outer Model .....	60





## DAFTAR BAGAN

Bagan	Judul Bagan	Halaman
2.1.	Alur Penelitian.....	23
2.2.	Kerangka Pikir.....	25

