

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *EXPERIENTIAL VALUE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MUSEUM KESEHATAN DR. ADHYATMA, MPH, SURABAYA

SKRIPSI



Oleh :

EUSTAKIA AGUSTA WIDHIASANTI

16110026

**FAKULTAS EKONOMI
PRODI MANAJEMEN PEMASARAN
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2020

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Eustakia Agusta Widhiasanti** dengan

NPM. 16110026

Telah diuji pada 28 Juli 2020

Dinyatakan **LULUS** oleh :

Ketua Tim Penguji



V. Ratna Inggawati, S.E., M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Thyopolda W.S.P., S.E., M.M

Ketua Program Studi



Lilik Indrawati, S.E., M.M





LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Eustakia Agusta Widhiasanti
NPM : 16110026
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Experiential Value*
Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Museum Kesehatan
Dr. Adhyatma, Mph, Surabaya

Pembimbing, 11 Agustus 2020

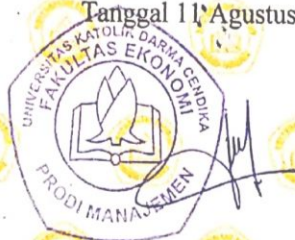
Tanggal

(Dr. Y. Budi Hermanto, M.M)

Mengetahui:

Ketua Progam Studi Manajemen

Tanggal 11 Agustus 2020



(Lilik Indrawati, S.E., M.M)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *EXPERIENTIAL VALUE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MUSEUM KESEHATAN

DR. ADHYATMA, MPH, SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
Progam Studi Manajemen Perhotelan

Pada hari Selasa Tanggal 11 Agustus 2020

Disusun oleh:

Nama : Eustakia Agusta Widhiasanti

NPM : 16110026

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

Nama

1. V. Ratna Inggawati, S.E.,M.M (Ketua)
2. Dr. Y. Budi Hermanto, M.M (Pembimbing)
3. Lilik Indrawati,S.E.,M.M (Penguji)

()
()
()



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Eustakia Agusta Widhiasanti

NPM : 16110026

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Experiential Value*
Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Museum Kesehatan
Dr. Adhyatma, Mph, Surabaya

1. Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar karya ilmiah sendiri bukan plagiat atau karya orang lain.
2. Memperbolehkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika untuk mempublikasikan seluruh atau sebagian dari isi skripsi ini ke media publikasi. Dengan mencantumkan nama peneliti serta dosen pembimbing.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ada permasalahan terhadap karya ilmiah ini, maka saya siap bertanggung jawab sesuai dengan hukum yang berlaku.

Surabaya 12 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



(Eustakia Agusta Widhiasanti)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya Sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Experiential Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, Mph, Surabaya”. Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan juga penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi dengan bantuan, bimbingan juga dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Dr. Y. Budi Hermanto, M.M, selaku pembimbing skripsi dan Rektor Universitas Katolik Darma Cendika, Surabaya.
2. Ibu Thyopoida W.S.P.,SE.,MM selaku Dekan Fakultas Universitas Katolik Darma Cendika, Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati,S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika, Surabaya.
4. Seluruh dosen juga staff karyawan Universitas Katolik Darma Cendika yang turut membantu peneliti selama masa belajar di Universitas Katolik Darma Cendika, Surabaya.
5. Papa dan mama yang telah tulus ikhlas memberi dukungan baik materi maupun doa kepada peneliti dari kecil hingga saat ini.



6. Kakak Eliz, Elen, Dika, Paul dan Petrus yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini sebaik mungkin.
7. Semua teman yang memberi bantuan juga atas kebersamaan dalam menyelesaikan penelitian ini
8. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu

Surabaya, 20 Juli 2020

Peneliti

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *EXPERIENTIAL*
VALUE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
MUSEUM KESEHATAN DR. ADHYATMA, MPH, SURABAYA**

ABSTRAK

Oleh :
Eustakia Agusta Widhiasanti

Tak hanya sebagai tempat perawatan dan pelestarian budaya dan sejarah, museum turut serta dalam pemberian daya tarik wisata suatu daerah. Pengalaman lebih yang diberikan oleh pihak museum kepada pengunjung inilah yang tidak hanya meningkatkan edukasi dan jumlah pengunjung tapi juga mampu menyentuh emosional pengunjung. Dalam penelitian ini melalui *experiential marketing* dan *experiential value*, pengurus museum diharapkan mampu memuaskan pengunjung sehingga dapat membentuk konsumen-konsumen yang loyal dengan menyentuh emosi mereka dan memberikan suatu feeling yang positif. Penelitian ini dilakukan di Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *experiential marketing* dan *experiential value* terhadap *customer satisfaction* (kepuasan berkunjung) pengunjung dari Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Peneliti menggunakan regresi linear berganda dan mengambil sampel sebanyak 65 pengunjung Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Dalam penelitian ini juga dilakukan uji validitas, uji reliabilitas juga uji hipotesis untuk melihat pengaruhnya.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *experiential marketing* dan *experiential value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Pada Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya diperoleh hasil dari variabel *experiential marketing* $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,471 > 1,998$) maka berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pengunjung Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Pada variabel *experiential value* $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,604 > 1,998$) maka berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pengunjung Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya.

Kata Kunci : *experiential marketing*, *experiential value* dan *customer satisfaction*



**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN EXPERIENTIAL
VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA
MUSEUM KESEHATAN DR. ADHYATMA, MPH, SURABAYA**

ABSTRACT

By :

Eustakia Agusta Widhiasanti

Not only a place of care and preservation of culture and history, museums participate in providing regional tourism attractions. More experience given by the museum to visitors, it's not only can increase education and number of visitors but also can touch the emotional visitors. In this research through experiential marketing and experiential value, museum managers are expected to be able to satisfy visitors so that they can form a loyal consumers by touching their emotions and giving a positive feeling. This research was conducted at the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. The purpose of this research is to determine the effect of experiential marketing and experiential value on customer satisfaction (visitor satisfaction) visitors from the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Researchers used multiple linear regression and took samples of 65 visitors from the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. In this study also tested the validity, reliability test and also hypothesis test to see the effect.

The results of this study stated that the experiential marketing and experiential value variables influence customer satisfaction. At the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya, the results obtained from variable experiential marketing $t_{count} > t_{table}$ ($2,471 > 1,998$) have an impact on customer satisfaction of visitors to the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. The results obtained from variable experiential value $t_{count} > t_{table}$ ($4,604 > 1,998$) have an impact on customer satisfaction of visitors to the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya.

Key word : *experiential marketing, experiential value dan customer satisfaction*



LEMBAR PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh Eustakia Agusta Widhiasanti dengan
NPM. 16110026**

**Telah diuji pada 28 Juli 2020
Dinyatakan LULUS oleh :**

Ketua Tim Penguji



V. Ratna Inggawati, S.E.,M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Thyopolda W.S.P.,SE.,MM

Ketua Progam Studi



Lilik-Indrawati,S.E.,M.M

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Eustakia Agusta Widhiasanti

NPM : 16110026

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Experiential Value*
Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Museum Kesehatan

Dr. Adhyatma, Mph, Surabaya

Pembimbing, 11 Agustus 2020

Tanggal

(Dr. Y. Budi Hermanto, M.M)

Mengetahui:

Ketua Progam Studi Manajemen

Tanggal 11 Agustus 2020



(Lilik Indrawati, S.E., M.M)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *EXPERIENTIAL VALUE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
MUSEUM KESEHATAN**

DR. ADHYATMA, MPH, SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
Progam Studi Manajemen Perhotelan

Pada hari Selasa Tanggal 11 Agustus 2020

Disusun oleh:

Nama : Eustakia Agusta Widhiasanti

NPM : 16110026

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

Nama

1. V. Ratna Inggawati, S.E.,M.M (Ketua)

2. Dr. Y. Budi Hermanto, M.M (Pembimbing)

3. Lilik Indrawati,S.E.,M.M (Penguji)

()
()
()

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Eustakia Agusta Widhiasanti

NPM : 16110026

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Experiential Value*
Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Museum Kesehatan
Dr. Adhyatma, Mph, Surabaya

1. Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar karya ilmiah sendiri bukan plagiat atau karya orang lain.
2. Memperbolehkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika untuk mempublikasikan seluruh atau sebagian dari isi skripsi ini ke media publikasi. Dengan mencantumkan nama peneliti serta dosen pembimbing.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ada permasalahan terhadap karya ilmiah ini, maka saya siap bertanggung jawab sesuai dengan hukum yang berlaku.

Surabaya 12 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



(Eustakia Agusta Widhiasanti)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya Sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Experiential Marketing* Dan *Experiential Value* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, Mph, Surabaya”. Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan juga penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi dengan bantuan, bimbingan juga dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Dr. Y. Budi Hermanto, M.M, selaku pembimbing skripsi dan Rektor Universitas Katolik Darma Cendika, Surabaya.
2. Ibu Thyopoida W.S.P.,SE.,MM selaku Dekan Fakultas Universitas Katolik Darma Cendika, Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati,S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika, Surabaya.
4. Seluruh dosen juga staff karyawan Universitas Katolik Darma Cendika yang turut membantu peneliti selama masa belajar di Universitas Katolik Darma Cendika, Surabaya.
5. Papa dan mama yang telah tulus ikhlas memberi dukungan baik materi maupun doa kepada peneliti dari kecil hingga saat ini.



6. Kakak Eliz, Elen, Dika, Paul dan Petrus yang selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini sebaik mungkin.
7. Semua teman yang memberi bantuan juga atas kebersamaan dalam menyelesaikan penelitian ini
8. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu

Surabaya, 20 Juli 2020

Peneliti

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *EXPERIENTIAL VALUE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MUSEUM KESEHATAN DR.
ADHYATMA, MPH, SURABAYA**

ABSTRAK

Oleh :
Eustakia Agusta Widhiasanti

Tak hanya sebagai tempat perawatan dan pelestarian budaya dan sejarah, museum turut serta dalam pemberian daya tarik wisata suatu daerah. Pengalaman lebih yang diberikan oleh pihak museum kepada pengunjung inilah yang tidak hanya meningkatkan edukasi dan jumlah pengunjung tapi juga mampu menyentuh emosional pengunjung. Dalam penelitian ini melalui *experiential marketing* dan *experiential value*, pengurus museum diharapkan mampu memuaskan pengunjung sehingga dapat membentuk konsumen-konsumen yang loyal dengan menyentuh emosi mereka dan memberikan suatu feeling yang positif. Penelitian ini dilakukan di Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *experiential marketing* dan *experiential value* terhadap *customer satisfaction* (kepuasan berkunjung) pengunjung dari Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Peneliti menggunakan regresi linear berganda dan mengambil sampel sebanyak 65 pengunjung Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Dalam penelitian ini juga dilakukan uji validitas, uji reliabilitas juga uji hipotesis untuk melihat pengaruhnya.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *experiential marketing* dan *experiential value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Pada Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya diperoleh hasil dari variabel *experiential marketing* $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,471 > 1,998$) maka berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pengunjung Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Pada variabel *experiential value* $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,604 > 1,998$) maka berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pengunjung Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya.

Kata Kunci : *experiential marketing*, *experiential value* dan *customer satisfaction*



**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN EXPERIENTIAL VALUE
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA MUSEUM KESEHATAN DR.
ADHYATMA, MPH, SURABAYA**

ABSTRACT

By :

Eustakia Agusta Widhiasanti

Not only a place of care and preservation of culture and history, museums participate in providing regional tourism attractions. More experience given by the museum to visitors, it's not only can increase education and number of visitors but also can touch the emotional visitors. In this research through experiential marketing and experiential value, museum managers are expected to be able to satisfy visitors so that they can form a loyal consumers by touching their emotions and giving a positive feeling. This research was conducted at the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. The purpose of this research is to determine the effect of experiential marketing and experiential value on customer satisfaction (visitor satisfaction) visitors from the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. Researchers used multiple linear regression and took samples of 65 visitors from the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. In this study also tested the validity, reliability test and also hypothesis test to see the effect.

The results of this study stated that the experiential marketing and experiential value variables influence customer satisfaction. At the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya, the results obtained from variable experiential marketing $t_{count} > t_{table}$ ($2,471 > 1,998$) have an impact on customer satisfaction of visitors to the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya. The results obtained from variable experiential value $t_{count} > t_{table}$ ($4,604 > 1,998$) have an impact on customer satisfaction of visitors to the Museum Kesehatan Dr, Adhyatma, MPH, Surabaya.

Key word : *experiential marketing, experiential value dan customer satisfaction*





DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DATA LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Museum.....	8
2.1.1.1 Pengertian Museum.....	8
2.1.1.2 Jenis Museum.....	9



2.1.2 <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.2.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.2.2 Karakteristik <i>Experiential Marketing</i>	10
2.1.2.3 Unsur-Unsur <i>Experiential Marketing</i>	11
2.1.2.4 Manfaat <i>Experiential Marketing</i>	13
2.1.3 <i>Experience Value</i>	13
2.1.3.1 Pengertian <i>Experience Value</i>	13
2.1.3.2 Karakteristik <i>Experience Value</i>	14
2.1.3.3 Indikator <i>Experience Value</i>	15
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.1.4.1 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	158
2.1.4.2 Faktor <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.1.4.3 Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.1.4.4 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.2 Pengaruh Antar Variabel.....	18
2.2.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.2.2 Pengaruh <i>Experiential Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.3 Penelitian Terdahulu.....	18
2.4 Rerangka Pemikiran.....	22
2.5 Kerangka Koseptual.....	23
2.5 Hipotesis Penelitian.....	23

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	24
---------------------------	----



3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	24
3.2.1 Pendekatan penelitian.....	24
3.2.2 Sumber data.....	25
3.3 Variabel Penelitian.....	25
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	26
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.4.2 Teknik Pengukuran Data.....	27
3.5 Populasi dan Sampel.....	28
3.5.1 Populasi.....	28
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Metode dan Teknis Analisis Data.....	30
3.6.1 Metode Penelitian	30
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV: HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4,1.1 Sejarah Singkat.....	37
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian	39
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	39
4.2.1.1 Karakterisitk Berdasarkan Usia	39
4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkan Banyak Kunjungan.....	40
4.2.2 Durasi Penyebaran Kuesioner.....	41
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
4.4 Pembahasan dan Analisis Data.....	45



4.4.1 Uji Validitas.....	45
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.3.1 Uji Normalitas.....	48
4.4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	49
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	52
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.6 Uji T.....	54
BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Museum Khusus Ilmu Medis.....	2
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Skala Likert.....	28
Tabel 3.2 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH, Surabaya.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Kunjungan Dr. Adhyatma, MPH, Surabaya.....	40
Tabel 4.3 Interval Kelas.....	41
Tabel 4.4 <i>Experiential Marketing</i> (X_1).....	42
Tabel 4.5 <i>Experiential Value</i> (X_2).....	43
Tabel 4.6 <i>Customer Satisfaction</i> (Y).....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Untuk Semua Variabel Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH, Surabaya.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Untuk Untuk Semua Variabel Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH, Surabaya.....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH, Surabaya.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolineaitas Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH, Surabaya.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH, Surabaya.....	52



Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH, Surabaya.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji T Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH, Surabaya.....	55