

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Café D’Pakar Bandung)

ABSTRAK

Hendra Permana

10090310191

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya perusahaan dalam merancang *experiental marketing*, bagaimana loyalitas pelanggan pada konsumen perusahaan dan bagaimana pengaruh *experiental marketing* terhadap loyalitas pelanggan.

Jenis penelitian yang dilaksanakan ini bersifat verifikatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data. Insidental sampling dengan menggunakan 100 sampel responden konsumen Café D’Pakar. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *experiental marketing* yang digunakan oleh perusahaan tergolong kuat, artinya *experiental marketing* secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : experiental marketing , loyalitas pelanggan

EEXPERIENTAL MARKETING INFLUENCE ON CUSTOMER LOYALTY
(Case Study on Café D’Pakar Bandung)

ABSTRACT
Hendra Permana

10090310191

The purpose of this study was to determine how the company's efforts in designing experiential marketing, how Café D’Pakar consumer loyalty and how experiential marketing influence on consumer loyalty.

This type of research is verification conducted using data collection techniques incidental sampling using a sample of 100 respondents in the way consumers Café D’Pakar . Analysis of the data used to test the hypothesis is regression analysis .

These results indicate that the implementation of experiential marketing used by Café D’Pakar classified as strong , meaning experiential marketing significantly positive effect on consumer loyalty.

Keywords : experiential marketing , consumer loyalty