

ABSTRAK

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

Studi Kasus pada Para Pelanggan The House Of Raminten Yogyakarta

Viskyana Dwi Ekawati
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2015

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama pada pelanggan The House Of Raminten, Yogyakarta.

Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara bersama-sama. Ada pengaruh *experiential marketing* yang positif terhadap loyalitas pelanggan secara sendiri-sendiri dan tidak ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang negatif terhadap loyalitas pelanggan secara sendiri-sendiri.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND CUSTOMER SATISFACTION TOWARD CUSTOMER LOYALTY

A Case Study At The House Of Raminten customers Yogyakarta

Viskyana Dwi Ekawati
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2015

This research was aimed to know the influence of experiential marketing and customer satisfaction toward customer loyalty either individually or jointly to the customer The House Of Raminten Yogyakarta.

The amount of samples are 100 respondents and the sampling method is accidental sampling. Data collection is done by using questionnaire. The data analyze by using multiple linear regression analysis.

The result of the research states that there is an experiential marketing influence and customer satisfaction toward customer loyaltyas jointly. There is a positive experiential marketing influence toward customer loyalty individually and there is'nt any customer satisfaction influence toward customer negative loyalty individually.

Keyword : Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty