

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**  
(Study pada Emery *Cafe* dan Bistro Jombang)

**ABSTRAK**

**Oleh:**

**Indah Triwahyuni**

**NIM 1561126**

**Dosen Pembimbing:**

**Dr. Siti Zuhroh, M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan terhadap pelanggan Emery *cafe* dan bistro Jombang. Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran Bipolar dengan menggunakan angket. Penelitian ini menggunakan sampel penelitian yang berjumlah 100 responden pelanggan Emery *café* dan bistro Jombang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, data kepustakaan, dan internet. Analisis data yang digunakan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan bantuan *WarpPLS 05*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan 2) *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan 3) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas pelanggan 4) *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, terhadap pelanggan Emery *cafe* dan bistro Jombang.

**Kata kunci:** *experiential marketing*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

**THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER  
LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION**  
(Study at Emery Cafe and Bistro Jombang)

**ABSTRACT**

**By:**

**Indah Triwahyuni**

**NIM 1561126**

**Menthor:**

**Dr. Siti Zuhroh, M.Si**

*This study aims to determine the effect of the effect of experiential marketing on customer loyalty mediated by customer satisfaction to customers Emery cafe and bistro Jombang. This research uses descriptive quantitative approach with survey methods. In this study using a Bipolar measurement scale using a questionnaire. This study uses a research sample of 100 respondents Emery café customers and bistro Jombang. The sampling technique used is non probability sampling. Data collection techniques using questionnaires, library data, and the internet. Analysis of the data used by using descriptive analysis method with the help of WarpPLS 05. The results showed that 1) experiential marketing had a significant effect on customer loyalty 2) experiential marketing had a significant effect on customer satisfaction 3) customer satisfaction had a significant effect on customer loyalty 4) experiential marketing has a significant effect on customer loyalty mediated by customer satisfaction, to customers Emery cafe and bistro Jombang.*

**Keywords:** *experiential marketing, customer satisfaction, customer loyalty.*