

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN EXPERIENTIAL
MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Stusy Pada Konsumen Emery Café & Bistro Jombang)**

ABSTRAK

Oleh :

Agatha Fingki Dwi Utami

Dosen Pembimbing :

Nuri Purwanto, S.ST., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* dan *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen (Study pada konsumen emery café & bitro Jombang). Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional, yakni penelitian yang bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara dua variabel-variabel yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni metode riset yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dipakai dalam meneliti populasi dan sampel tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah berkunjung ke emery café & bistro Jombang yang tidak diketahui jumlahnya. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 96 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *Accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu statistik SPSS statistic 21 *for windows*.

Hasil penelitian ini menemukan hasil empirik : 1. *store atmosphere* dapat meningkatkan kepuasan konsumen, 2. *Experiential marketing* dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* dan *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Store Atmosphere, Experiential Marketing, Kepuasan Konsumen

**THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE AND EXPERIENTIAL
MARKETING ON THE CONSUMER SATISFACTION
(Study of Consumer in Emery Café & Bistro Jombang)**

By :
Agatha Fingki Dwi Utami

Mentor :
Nuri Purwanto, S.ST., MM

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of store atmosphere and experiential marketing on the consumer satisfaction (Study Consumer in Emery Café & Bistro Jombang). This type of research is a type of correlational research, namely research that aims to determine whether there is a relationship between two variables or more and how much correlational or relationship that exists in the variables studied.

This study uses a approach namely research methods based on the philosophy of positivism, used in researching a particular sample population. The population in this study were all consumers who have visited at the unknown amount Emery Café & Bistro Jombang. While the sample in this study were 96 people taken using Accidental sampling technique. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis method in this study using multiple liniear regression analysis with SPSS statistical 21 for windows.

The results of this research are empiric:1. store atmosphere can increase consumer satisfaction, 2. Expetiential marketing can increase consumer satisfaction. Thus it can be cocluded that store atmosphere and experiential marketing influence consumer satisfaction.

Keywords: store atmosphere, experiential marketing, consumer satisfaction