

ABSTRAK

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN PADA JOS CAFE JOMBANG

DAEFID

Komisi Pembimbing: Dr. Abdul. Rohim,SE.,M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Experiental Marketing* terhadap Loyalitas konsumen dan dimediasi oleh kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan metode explanasi (explanatory) dengan skala pengukuran Likert, sampel yang digunakan sebanyak 100 sampel, metode pengumpulan data dengan dokumentasi, angket dan observasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, Analisa Regresi mediasi, uji hipotesis, Uji Sobel dan uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Konsep penerapan *Experiental Marketing* Tidak berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen di Jos cafe Jombang. (2) Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen diJos cafe Jombang. (3) Kepuasan konsumen berpengaruh positif menjadi mediasi *Experiental Marketing* Terhadap Loyalitas konsumen di Jos Cafe Jombang. Saran dalam penelitian selanjutnya yaitu agar dapat menggambarkan *Experiental Marketing*, Kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen di Jos cafe jombang secara menyeluruh perlu dilakukan penelitian dengan menggunakan sampel yang lebih besar dan dalam jangka waktu penelitian yang lebih panjang.

Kata Kunci: *Experiental Marketing*, Kepuasan konsumen, dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON CONSUMER LOYALTY AND DEDICATION BY CUSTOMER SATISFACTION ON JOS CAFE JOMBANG

DAEFID

Supervising Commission: Dr. Abdul. Rohim, SE., M. Si

This study aims to determine and explain the influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty and mediated by customer satisfaction. In this study using explanatory method (explanatory) with Likert measurement scale, samples used as many as 100 samples, data collection methods with documentation, questionnaires and observations. Data analysis using descriptive analysis, Mediation Regression Analysis, hypothesis test, Sobel test and T test. The results showed that (1) The concept of application of Experiential Marketing has no effect on customer loyalty in Jos cafe Jombang. (2) Consumer satisfaction has a positive effect on consumer loyalty in Jombang cafe Jombang. (3) Consumer satisfaction has a positive effect to mediate Experiential Marketing Against Customer Loyalty at Jos Cafe Jombang. Suggestion in subsequent research that is to be able to describe Experiential Marketing, Consumer satisfaction and consumer loyalty in Jos cafe jombang thoroughly need to do research by using bigger sample and in term of longer research.

Keywords: Experiential Marketing, Consumer Satisfaction, and Consumer Loyalty.