

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN
(Study pada Pelanggan Warung Lodeh Mbok Semah Kapas Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:
Vulan Aminah

Dosen Pembimbing:
Indra Kurniawan S.Sos., MM

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui dan Menganalisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Untuk Mengetahui dan Menganalisis Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan menggunakan metode survey, kuesioner dan wawancara. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dari populasi terdiri dari pelanggan di Warung Lodeh Mbok Semah Kapas Jombang. Uji yang digunakan adalah uji instrument terdiri dari uji instrument data (uji validitas, uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalis, uji multikolinearitas, uji heterkedastisitas), analisis regresi mediasi, pengujian hipotesis (uji f dan uji t), Uji Koefisien Determinasi Berganda (Adjusted R²), dan Uji Mediasi Melalui Sobel – Test.

Hasil dari penelitian ini adalah Variabel *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Variabel *experiential marketing* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan.

Saran dari penelitian ini adalah Untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada pada label halal dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah, penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut: Pihak warung sebaiknya lebih memperhatikan selera konsumen atau pelanggan nasi lodeh dan menjaga kepuasan pelanggan agar loyalitas pelanggan semakin meningkat. Untuk pengembangan ilmu, peneliti lain dimasa datang diharapkan dapat menambah variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap loyalitas pelangga.

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