

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

**(Survey Pada Pelanggan Warung Kopi Klotok Sleman)**

Oleh:

Nama: Ajeng Kusuma Ning Tyas

NIM: 141140015

E-mail: [ajengkusuma96@gmail.com](mailto:ajengkusuma96@gmail.com)

Pembimbing I: Drs. Ign. Agus Suryono, MM.

Pembimbing II: Drs. Agus Sukarno, Msi.

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan (survey pada pelanggan warung kopi klotok sleman). Jenis penelitian yang digunakan adalah survey dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan warung kopi klotok sleman. Responden yang dijadikan sampel sebanyak 115 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability method* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dan *experiential marketing* secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada tingkat signifikan  $0,000 < 0,005$ . Nilai koefisien determinasi sebesar 0,624 atau sebesar 62,4% artinya bahwa kemampuan variabel kepuasan pelanggan dan *experiential marketing* mampu menjelaskan sebesar 62,4% variabel loyalitas pelanggan dan sisanya sebesar 37,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan dan *Experiential Marketing*.