

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Survey Pada Pelanggan Warung Kopi Merapi, Cangkringan, Sleman)

NANDA AGI SEPTIAWAN

NIM : 141150235

E-mail: nanda.ndhut14@gmail.com

Pembimbing I : Dr. Dyah Sugandini, S.E, M.Si

Pembimbing II: Sri Harjanti, S.E, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Data diambil dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah responden sebanyak 131 orang yang pernah melakukan pembelian di Warung Kopi Merapi, Cangkringan, Sleman. Pengumpulan data primer dilakukan dengan kuesioner yang disusun menggunakan skala likert dan kemudian dikompilasi menggunakan analisis jalur dan uji sobel untuk memeriksa pengaruh mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan di Warung Kopi Merapi, Cangkringan, Sleman. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan di Warung Kopi Merapi, Cangkringan, Sleman. *Experiential Marketing* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan di Warung Kopi Merapi, Cangkringan, Sleman. Kepuasan Pelanggan mampu memediasi pengaruh *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan di Warung Kopi Merapi, Cangkringan, Sleman.

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