

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

**(Studi Pada Rumah Makan Sate Ayam Asli Purbalingga “Khas Blater” Pak Indra)**

**PERMANA BUDI SANTOSA**

**NPM: 141110215**

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Sate Ayam Asli Purbalingga “Khas Blater” Pak Indra. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah makan di Rumah Makan Sate Ayam Asli Purbalingga “Khas Blater” Pak Indra. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 109 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linear berganda. Pada hari pertama dilakukan penyebaran 30 kuesioner untuk menguji validitas dan reliabilitas. Hasil pada uji validitas menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung} > 0,361$  maka semua item pada variabel *experiential marketing*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menunjukkan hasil yang valid. Begitu juga dengan uji reliabilitas, nilai alpha dari semua variabel penelitian lebih besar dari 0,6 yang berarti reliabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Ada pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan. 2) Ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. 3) Ada pengaruh *experiential marketing* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *experiential marketing*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.