

## SUMMARY

# ANALISA PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI INTERVENING VARIABEL (Studi pada 7-Eleven di Ciledug Kota Tangerang)

Created by DEKA YUDISTIANTO

**Subject** : PELANGGAN, LOYALITAS, KEPUASAN

**Subject Alt** : CUSTOMER, LOYALTY, SATISFACTION

**Keyword** : experiential marketing;kepuasan pelanggan;loyalitas pelanggan;7-eleven

### Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai intervening variabel (Studi pada 7-Eleven di Ciledug Kota Tangerang). Data sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diperoleh pengambilannya melalui teknik non-probability sampling dengan sampling kuota dan dianalisis menggunakan path analysis. Hasil dan temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa experiential marketing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan experiential marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian Experiential marketing yang diterapkan oleh 7-Eleven di Ciledug Kota Tangerang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

**Date Create** : 24/03/2016

**Type** : Text

**Format** : PDF

**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-Undergraduate-201111142

**Collection** : 201111142

**Call Number** : 11-2016-S048

**Source** : Undergraduate Theses of Management

**Relation Collection** Fakultas Ekonomi

**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

**Right** : @Perpustakaan Universitas Esa Unggul

### Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

### Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( [astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id](mailto:astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id) )

Supervisor