https://digilib.esaunggul.ac.id

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 marketingterhadap 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 samplingdengan sampling kuota dan dianalisis menggunakan path analysis. Hasil dan temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa experiential marketingberpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan experiential marketingtidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikianExperiential marketingyang 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)

Supervisor