

ABSTRAK

Nama : Doan Fortio Panjaitan
Program Studi : Magister Manajemen (Pemasaran)
Judul : Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas
Konsumen Yang Dimediasi Variabel Kepuasan Konsumen.
(Studi Kasus: *Fitness First* Cabang Oakwood).

Tesis ini membahas mengenai dampak *Experiential Marketing* yang dirasakan oleh konsumen *Fitness First* cabang Oakwood sebagai pengalaman dari segi *Sense, Feel, Think, Act, dan Relate* dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen dimana kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan 140 sampel dengan menggunakan metode SEM (*structural equation modeling*). Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa loyalitas konsumen dapat ditingkatkan dengan menerapkan *experiential marketing* dalam strategi pemasaran. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *experiential marketing* akan meningkatkan kepuasan konsumen, dan konsumen yang puas akan meningkatkan loyalitas. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki pengaruh tidak langsung dalam memediasi *experiential marketing* dengan loyalitas konsumen.

Kata Kunci:

Experiential Marketing, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Nama : Doan Fortio Panjaitan
Program Studi : Magister Management (Marketing)
Judul : Effect of Experiential Marketing to Consumer Loyalty by
Consumer Satisfaction as Mediating Variable. (Case Study:
Fitness First Branch Oakwood).

This thesis discusses the impact of Experiential Marketing perceived by consumers Fitness First branches of Oakwood as experience in terms of Sense, Feel, Think, Act, and Relate and its impact on consumer loyalty where customer satisfaction as a mediating variable. This study is a qualitative study using 140 samples using SEM (structural equation modeling). Results from this study said that customer loyalty can be improved by applying experiential marketing in the marketing strategy. The results also show that experiential marketing will increase customer satisfaction, and satisfied customers will increase loyalty. This study shows that consumer satisfaction has indirect effect in mediating experiential marketing and consumer loyalty.

Keywords:

Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty