

ABSTRAK

Seiring perkembangan industri hiburan di Korea saat ini sudah sangat maju dan berkembang. Terbukti dari gelombang Korean wave yang saat ini terus tersebar ke seluruh dunia. Akibatnya negara Korea semakin dikenal di dunia, termasuk di Indonesia. Budaya, pakaian serta musik tentang Korea cepat sekali menjadi trend yang sangat digemari di dunia, salah satunya ialah makanan Korea yang saat ini sudah banyak sekali masuk ke Indonesia. Makanan Korea adalah makanan tradisional yang berdasarkan pada teknik dan cara memasak orang Korea. Mulai dari kuliner yang unik sampai makanan khas daerah serta perpaduan masakan modern, bahan-bahan yang digunakan serta cara penyiapannya yang sangat berbeda. Banyak sekali makanan Korea yang sudah mendunia dan sampai saat ini juga dinikmati sebagian besar masyarakat Korea serta masyarakat di Indonesia, salah satu restoran Korea yang ada di Indonesia yaitu restoran *mujigae*. Agar dapat terus bersaing dengan restoran Korea lainnya, produsen restoran Korea harus melakukan berbagai cara untuk mempertahankan eksistensinya ke pelanggan, salah satunya adalah dengan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Experiential Marketing* dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan. Populasinya adalah pelanggan yang mengkonsumsi makanan di restoran *mujigae* sebanyak 6 bulan sekali dalam satu tahun. Sampel yang digunakan berjumlah 140 orang. Analisis data yang digunakan adalah *path analysis* dengan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen, Kepercayaan sebagai variabel intervening, *Experiential Marketing* dan Citra Merek sebagai variabel independen. Dengan hasil penelitian *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan, *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan dan Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan.

Kata Kunci: *experiential marketing*, citra merek, kepercayaan dan loyalitas pelanggan.