

Pengaruh *Experiential Marketing* dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Geprek Benu Tanjung Duren Jakarta Barat.

Adellya Nuratika

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, Kebon Jeruk, Jakarta Barat

ABSTRAK

Indonesia memiliki lebih dari 500.000 bumbu dan rempah, yang beberapa hidangannya diakui sebagai hidangan terbaik dunia seperti rendang dan nasi goreng. Olahan makanan yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia biasanya yang memiliki cita rasa pedas. Semakin pedas makanannya maka akan semakin banyak digemari. Faktor inilah yang membuat para penjual makanan berlomba-lomba untuk membuat makanannya sepedas mungkin agar mampu bersaing dan membuat pembeli tertarik untuk membeli. Salah satu jenis makanan yang banyak digemari adalah olahan Ayam Geprek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Experiential Marketing* dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. Populasinya adalah pelanggan yang mengkonsumsi Geprek Benu sebanyak minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir. Sampel yang digunakan berjumlah 160 orang. Analisis data yang digunakan adalah path analysis dengan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen, Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening, *Experiential Marketing* dan Citra Merek sebagai variabel independen. Dengan hasil penelitian *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Indonesia has more than 500,000 herbs and spices, some of which are recognized as the world's best dishes such as rendang and fried rice. Processed foods that are much favored by the people of Indonesia usually have a spicy taste. The more spicy the food, the more popular it will be. This factor is what makes food sellers compete to make their food as spicy as possible in order to be able to compete and attract buyers to buy. One of the most popular types of food is processed Geprek Chicken. This study aims to determine the effect of experiential marketing and brand image on customer loyalty through customer satisfaction. The population is customers who have consumed Geprek Benu at least 2 times in the last 3 months. The sample used was 160 people. The data analysis used is path analysis with Customer Loyalty as the dependent variable, Customer Satisfaction as an intervening variable, Experiential Marketing and Brand Image as the independent variable. With the results of research Experiential Marketing has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Brand Image has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Experiential Marketing has an effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction and Brand Image has an effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.