

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *Experiential Marketing* dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan

Nama : Kania Meinika

Program Studi : S1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Experiential Marketing* dan Citra Merk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan. Populasinya adalah Mahasiswa Universitas Esa Unggul yang pernah membeli atau menggunakan. Sampel yang digunakan berjumlah 90 orang.

Analisis data yang digunakan adalah *path analysis* dengan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen, Kepercayaan sebagai variabel intervening, *Experiential Marketing* dan Citra Merk sebagai variabel independen.

Dengan hasil penelitian Citra Merk berpengaruh dan signifikan terhadap Kepercayaan, Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan dan Citra Merk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, *Citra Merk*, Kepercayaan, dan Loyalitas