

ABSTRAK

DEKA YUDISTIANTO. “Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Intervening Variabel (Studi pada 7-Eleven di Ciledug Kota Tangerang)” – Dibimbing oleh Hasyim.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap 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 sampling* dengan *sampling kuota* dan dianalisis menggunakan *path analysis*.

Hasil dan temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan *experiential marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian *Experiential marketing* yang diterapkan oleh 7-Eleven di Ciledug Kota Tangerang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

Kata kunci: *experiential marketing*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, 7-Eleven

ABSTRACT

DEKA YUDISTIANTO. *"Analysis the Influence of Experiential Marketing on Customer Loyalty with Satisfaction as an Intervening Variable (Study at 7-Eleven in Ciledug Kota Tangerang)" - Taught by Hashim.*

This study aims to determine the influence of experiential marketing to customer loyalty and satisfaction as an intervening variable (Study at 7-Eleven in Ciledug Kota Tangerang).

The sample data used in this research were 100 respondents who obtained their extraction through non-probability sampling technique with quota sampling and analyzed using path analysis.

The results and findings in this research showed that experiential marketing influence significant impact on customer satisfaction and customer satisfaction significant influence on customer loyalty, while experiential marketing did not affect the significant impact on customer loyalty. Thus experiential marketing is applied by 7-Eleven in Ciledug Tangerang City affect customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable

Keywords: *experiential marketing, customer satisfaction, customer loyalty, 7-eleven*