

[Home](#) > [Vol 6, No 4 \(2021\)](#) > [Cahyani](#)

Pengaruh experiential marketing dan kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen

Ardhiya Regita Cahyani, Suharno Suharno, Asnawati Asnawati

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis experiential marketing dan service quality serta kepuasan pelanggan dengan loyalitas konsumen menggunakan pendekatan model regresi sederhana. Penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif dengan sumber data diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada konsumen Rumah Makan Ayam Samarinda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa experiential marketing dan service quality serta kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Experiential marketing secara parsial memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Keywords

Experiential marketing; service quality; consumer satisfaction; consumer loyalty

References

Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Kotler and Gary Armstrong. (2012). Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13. Jilid 1 Jakarta : Erlangga.

Kotler and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc

Schmitt, Bernd H. (1999). Experiential Marketing. Journal of Marketing Management. Vol.15. ISSN0267-257X/99/010053.

DOI: <http://dx.doi.org/10.29264/jimm.v6i4.7537>