

ABSTRAK

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada pelanggan Abell Cafe Telang)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan Abell Cafe Telang). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Variabel bahwa *Sense* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Abell Café. 2) Variabel *Feel* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Abell Café. 3) Variabel *Think* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Abell Cafe. 4) *Act* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Abell Cafe. 5) *Relate* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Abell Cafe

Kata kunci : *Experiential Marketing* , Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Effect Of Experiential Marketing On Customer Loyalty (Study On Customers Of Abell Cafe Telang)

This study aims to determine the effect of experimental Marketing on Customer Loyalty (a study of Abell Cafe Telang customers). The method used in this research is purposive sampling, namely the technique of determining the sample by considering certain criteria with a total sample of 97 respondents. With multiple linear regression analysis method. The results of this study indicate that 1) the variable that Sense has no effect on Customer Loyalty Abell Cafe .2) the variable Feel affects the Customer Loyalty Abell Cafe 3) the variable Think has no effect on Customer Loyalty Abell Cafe . 4) Act affects Abell Cafe Customer Loyalty. 5) Relate has no effect on Abell Cafe Customer Loyalty

Keyword : *Experiential Marketing , Customer Loyalty*