

**PENGARUH EXPERIENTAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA TOKO TEKSTIL RAS JAYA PADANG)**

Oleh:

M.Rezky Dhiko Pratama¹, Reni Yuliviona², Lindawati³

Rezkydhiko@gmail.com, reniyuliviona@bunghatta.ac.id, linda@yahoo.co.id

¹ Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Bung Hatta²,

³ Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung
Hatta

Abstrak

Penelitian ini menguji hubungan antara pengaruh variabel Experiental marketing terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini didasarkan pada investigasi empiris Toko Tekstil Ras Jaya Padang. Data primer dikumpulkan dari survei terhadap 100 kuesioner yang didistribusikan di Toko Tekstil Ras Jaya, digunakan sebagai sampel.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Experiental marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Tekstil Ras Jaya Padang. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Tekstil Ras Jaya Padang. Experiental marketing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Tekstil Ras Jaya Padang dengan Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dan variabel Experiental Marketing memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen, hal ini ditandai dengan nilai t-statistik tertinggi dari variabel lainnya.

Kata kunci: Experiental Marketing, Loyalitas pelanggan, Kepuasan pelanggan

**THE EFFECT OF EXPERIENTAL MARKETING ON CUSTOMER
LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING
VARIABLES
(CASE STUDY IN TOKO TEKSTIL RAS JAYA PADANG)**

By:

M.Rezky Dhiko Pratama¹, Reni Yuliviona², Lindawati³

Rezkydhiko@gmail.com, reniyuliviona@bunghatta.ac.id, linda@yahoo.co.id

¹ Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Bung Hatta²

³ Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung
Hatta

Abstract

This study examines the relationship between the effect of Experiental marketing variables on Customer loyalty and Customer satisfaction as an Intervening variable. This research is based on empirical investigation of Toko Tekstil Ras Jaya Padang. Primary data were collected from a survey of 100 questionnaires distributed at the Toko Tekstil Ras Jaya, used as a sample.

Based on the results of the study it can be concluded that Experiental marketing has a positive and significant effect on Customer loyalty of the Toko Tekstil Ras Jaya Padang. Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer loyalty of the Toko Tekstil Ras Jaya Padang. Experiental marketing has a positive and significant influence on Customer loyalty of Toko Tekstil Ras Jaya Padang with Customer satisfaction as an Intervening variable. . And the Experiental Marketing variable has the most dominant influence on consumer loyalty, this is indicated by the highest t-statistic value of the other variables.

Keywords: Experiental Marketing, Customer Loyalty, Customer Satisfaction