

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung *experiential marketing* terhadap loyalitas konsumen. 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung *experiential marketing* terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan.3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan. 5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Yamaha Agung Motor di Kabupaten Pekalongan yang jumlahnya tidak dapat diidentifikasi (tidak terbatas). Sampel penelitian ini adalah 100 pelanggan Yamaha Motor Kabupaten Pekalongan. teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis jalur

Hasil dari penelitian ini membuktikan dan memberi kesimpulan bahwa: (1) *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (3) *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, (4) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, (5) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas konsumen sangat dipengaruhi oleh *experiential marketing* dan kualitas pelayanan (Andreani, 2007), dimana faktor-faktor yang mempengaruhi *experiential marketing* adalah: (1) Panca indera, (2) Perasaan, (3) Berpikir, (4) Kebiasaan dan (5) Pertalian. Hasil penelitian ini mempertegas hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyu Amrullah (2017), Aprilia Hapsari dan Achmad Fauzi (2017), Januar T Oeyono dan Diah Dharmayanti (2013), Ria Lestari Pangastuti (2017), Nehemia H. S (2017), Lisa Angelia Prasetya (2014), Windyta Wahyu Utami (2018), yang menunjukkan hasil bahwa *experiential marketing* dan kualitas pelayanan yang berdampak pada loyalitas konsumen.

Kata Kunci: *Experiental Marketing, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

The purpose of this study is 1) to test and analyze the direct influence of experiential marketing on consumer loyalty. 2) To test and analyze the indirect influence of experiential marketing on customer loyalty through customer satisfaction. 3) To test and analyze the direct influence of quality of service on customer loyalty. 4) To test and analyze the indirect influence of service quality on customer loyalty through customer satisfaction. 5) To test and analyze the effect of customer satisfaction on customer loyalty.

This type of research is correlational research. The population in this study was yamaha agung motor consumers in Pekalongan regency which cannot be identified (unlimited). The sample of this study was 100 customers of Yamaha Motor Pekalongan Regency. sampling technique used is Accidental Sampling. The analysis tool used in this study is the path analysis method

The research result proves and gives conclusion that : (1) experiential marketing influenced positively and significantly on customer loyalty, (2) service quality influenced positively and significantly on customer loyalty, (3) experiential marketing influenced positively and significantly on customer loyalty by customer satisfaction, (4) service quality influenced positively and significantly on customer loyalty by customer satisfaction, (5) customer satisfaction influenced positively and significantly on customer loyalty,

Consumer loyalty is strongly influenced by experiential marketing and quality of service (Andreani, 2007), where factors that affect experiential marketing are: (1) Five senses, (2) Feelings, (3) Thinking, (4) Habits and (5) Relationships. The results of this study reinforce the results of previous research conducted by Wahyu Amrullah (2017), Aprilia Hapsari and Achmad Fauzi (2017), Januar T Oeyono and Diah Dharmayanti (2013), Ria Lestari Pangastuti (2017), Nehemia H. S (2017), Lisa Angelia Prasetya (2014), Windyta Wahyu Utami (2018), which showed the results that experiential marketing and quality of service that has an impact on customer loyalty.

Keywords: *Experiential Marketing, Service Quality, Customer Loyalty and Customer Satisfaction*