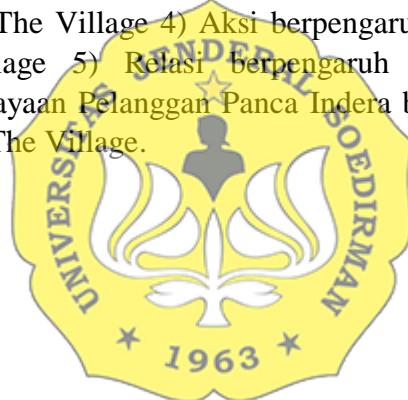


RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran experiensial yang terdiri dari panca indera, perasaan, pikiran, aksi, dan relasi, serta kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini digolongkan adalah kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung The Village Purwokerto yang jumlahnya sudah ditentukan. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan ukuran sampel sebanyak 111 orang responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner sedangkan data sekunder bersumber dari berbagai buku dan jurnal. Untuk analisis data menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Panca Indera berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan The Village 2) Perasaan berpengaruh negatif terhadap Loyalitas Pelanggan The Village 3) Pikiran berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan The Village 4) Aksi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan The Village 5) Relasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan 6) Kepercayaan Pelanggan Panca Indera berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan The Village.



SUMMARY

This study aims to analyze the effect of experiential marketing consisting of the five sense, feel, think, act, and relate, as well as customer trust in customer loyalty. This type of research is classified as quantitative. The population of this study is the number of visitors to The Village Purwokerto. Determination of sample size in this study using the Slovin formula with a sample size of 111 respondents with a sampling technique using purposive sampling method. The sampling technique used a secondary data set questionnaire sourced from various books and journals. For data analysis using the SPSS program.

The results of this study indicate that: 1) Sense has a positive effect on The Village Customer Loyalty 2) Feel has a negative effect on The Village Customer Loyalty 3) Think has a positive effect on The Village Customer Loyalty 4) Act has a positive effect on The Village Customer Loyalty 5) Relate has a positive effect on Customer Loyalty 6) Customer Trust has a positive effect on The Village Customer Loyalty.

