

PENGARUH EKSPERIENTAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada 81 Coffee Banjarmasin)

Siswanto , Kurniaty, Teguh Wicaksono
Manjemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al Banjari, NIM19310621

Manjemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al Banjari, NIDN0012076001

Manjemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad
Arsyad Al Banjari, NIDN1116028801

E-mail: siswanto2756@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dampak eksperiental marketing terhadap pada pelanggan di 81 Coffee Banjarmasin. Desain penelitian ini bersifat kuantitatif dan komparatif. Populasi penelitian terdiri dari sampel sebanyak 81 pelanggan mesin banjar kopi yang telah melakukan lima kali pembelian dan 43 responden yang melakukan analisis data dengan metode Slovin. Temuan memperlihatkan jika eksperiental marketing berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan 81 Coffee. Pemasaran berdasarkan pengalaman yang bermakna meningkatkan kepuasan pelanggan. Eksperiental marketing memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan sehingga berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan saat berkunjung ke 81 Coffee Banjarmasin.

Kata Kunci: Eksperiental, Marketing, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This think about points to look at the impact of Experiential Showcasing on client fulfillment at 81 Coffee Banjarmasin. The plan of this inquire about is quantitative inquire about and this investigate is comparative in nature. The investigate populace is 81 Coffee Banjarmasin clients who have made buys 5 times and a test of 43 respondents with information examination utilizing the Slovin formula. The comes about appeared that Experiential Promoting had a positive and critical impact on 81 Coffee's client fulfillment. Critical experiential promoting will increment client fulfillment since experiential promoting gives a great encounter to clients so that it makes a positive affect on client fulfillment when going to 81 Coffee Banjarmasin.

Keywords: Experiential, Marketing, Customer Satisfaction

REFERENSI

- Agiesta, W. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya". Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 5(1), 1653.
- Dewi, R.K., Kumadji, S. & Mawardi, M.K. (2015). Pengaruh Eexperiental Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Tempat Wisata Jawa Timur Park 1 Kota Wisata Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, XXVIII(1).

- Febri Nur Fitriani. (2019). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Sikap Konsumen Pada Minimarket Sumber Rezeki Di Desa Bina Baru Kecamatan Kampar Kiri Tengah Kabupaten Kampar*. Skripsi Uin Suska Riau
- Jusmansyah, Muhammad. (2018). Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio Dan Return On Equity Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 9(2): 179–98.
- Kadafi, Amin M. & Novita, Sisilia. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 13(3).
- Larasati, O. (2018). Jurnal Analisis Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kiki Catering. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(4).
- Lopumeten, R. N., & Tomaso, S. K. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Restoran Imperial Resto Di Kota Ambon). *Jurnal SOSOQ*, 5(2).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suryadana, M. Liga & Octavia, Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Wisata, (Visit Indonesia Every Time Remembered with Beauty)*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Tegarikho, Achmad Lutfi. (2017). *Pengaruh Dimensi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Café Bangi Kopitiam Bandar Lampung)*. Skripsi Universitas Lampung.
- Tjiptono, F. (2014), *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Yanto, Arif. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Warung Six Di Kota Pekanbaru*. Skripsi Uin Suska Riau.
- Yulianti, Farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Sleman: CV Budi Utama.