ABSTRAK

Ade Yulianto "Dampak *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Resort Kampoeng Legok Lembang (Survey Pada Pelanggan *Resort* Kampoeng Legok Lembang)". Dibawah Bimbingan Raeny Dwisanty SE.,M.Si

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini semakin pesat, Salah satu cara agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh pelanggan sebanyaknya. Penurunan jumlah pengunjung yang menginap pada resort kampoeng legok lembang di duga karena kepuasan pengunjung yang menginap akan *strategi* e*xperiential marketing* masih rendah hal ini pula berakibat pada penurunan tingkat loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini yaitu: (1) untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *Experiential Marketing* pada Kampoeng Legok Lembang. (2) untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan Kampoeng Legok Lembang (3) untuk mengetahui Seberapa besar dampak *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada Kampoeng Legok Lembang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan sampel sebanyak 100 orang yang merupakan pengunjung yang menginap pada resort kampoeng legok, serta menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui model matematis, analisis korelasi *product moment (pearson)* untuk menghitung tingkat keeratan hubungan, analisis determinasi untuk mengetahui pengaruhnya. Dimana untuk memudahkan dalam proses pengolahan data penulis menggunakan *software SPSS for windows* versi 13.0.

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa persamaan regresi linier sederhana yaitu Y = 3,852 + 0,235X. korelasi antara *experiential marketing* dengan loyalitas pelanggan adalah kuat dan memiliki hubungan yang positif. Besarnya dampak *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 49,5% dan sisanya sebesar 50,5% dipengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti (1) Sikap prilaku konsumen yang berubah-ubah, (2) Harga yang ditetapkan oleh perusahaan, (3) Persaingan yang semakin ketat dalam bisnis industri jasa penginapan dan lain-lain. Dengan demikian semakin baik *experiential marketing* yang dilakukan oleh Resort Kampoeng Legok Lembang akan semakin berdampak terhadap tingkat loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Kepuasan konsumen dan Loyalitas Pelanggan