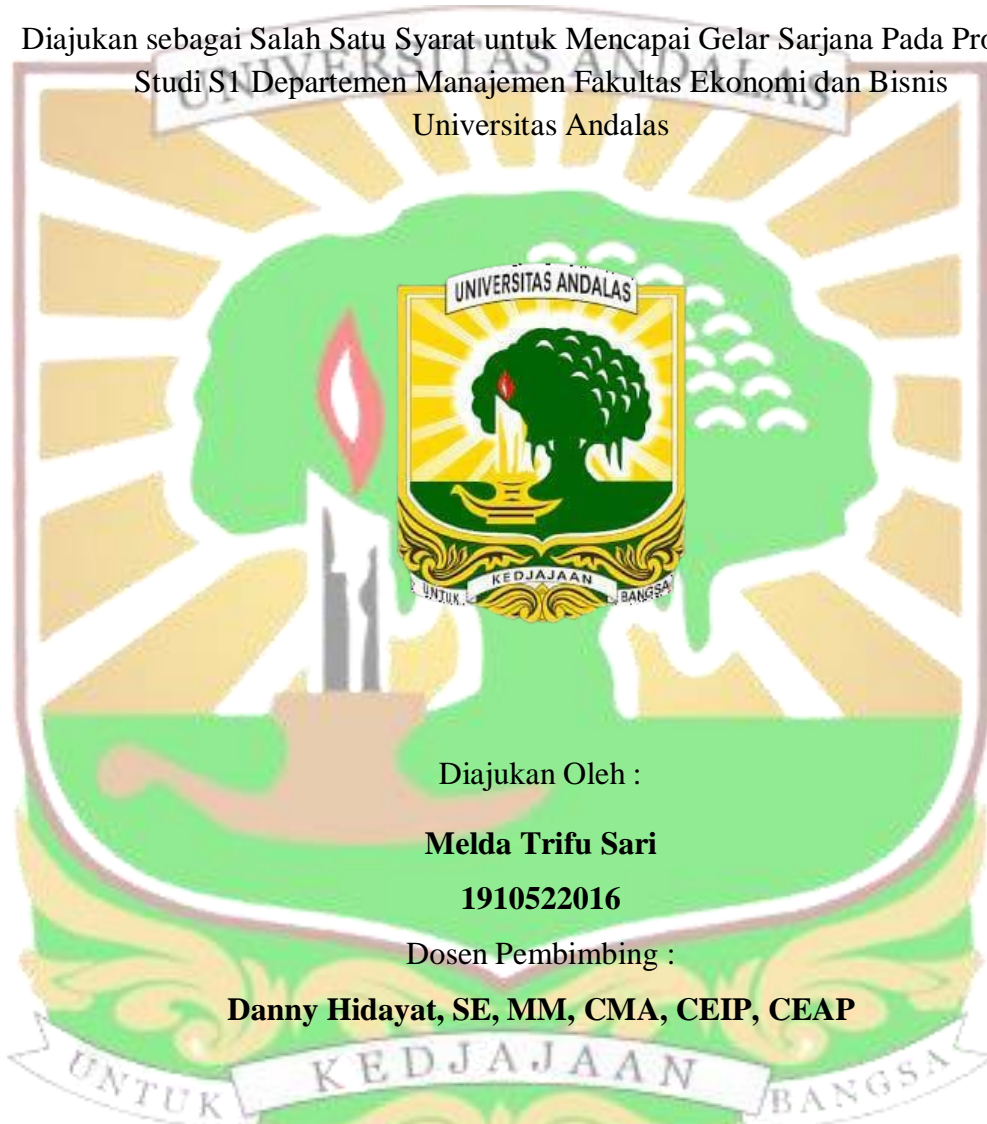


**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, KUALITAS LAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Pelanggan Kafe Alooha Tropical)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

Melda Trifu Sari

1910522016

Dosen Pembimbing :

Danny Hidayat, SE, MM, CMA, CEIP, CEAP

**PROGRAM STUDI S1 DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2023

	No. Alumni Universitas	Melda Trifu Sari	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Pulut-Pulut/12 Maret 2001 b) Nama Orang Tua : Syahrizal dan Suriani c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Departemen : Manajemen e) No Bp : 1910522016 f) Tanggal Lulus : 7 Juli 2023 g) Prediket Lulus: Dengan Pujian h) IPK : 3.72 i) Lama Studi : 3 Tahun 11 Bulan j) Alamat Orang Tua : Pulut-Pulut, Kecamatan IV Nagari Bayang Utara		

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Pelanggan Kafe Alooha Tropical)
Skripsi oleh Melda Trifu Sari
Pembimbing : Danny Hidayat, SE, MM, CMA, CEIP, CEAP

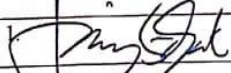
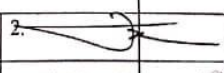
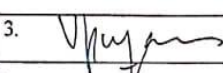
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing*, Kualitas Layanan terhadap Minat beli ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan teknik *Non Random Sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 210 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program SmartPLS 4.0 dan dibantu oleh *Microsoft Excel* untuk mengolah data. Teknik analisis yang digunakan adalah pengujian data menggunakan *measurement model* (uji validitas dan reliabilitas), *structural model* (uji kausalitas) serta menggunakan uji mediasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan minat beli ulang, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara *Experiential Marketing* dan hubungan antara Kualitas Layanan dan Minat Beli Ulang.

Kata Kunci : *experiential marketing*, kualitas layanan, minat beli ulang, kepuasan pelanggan

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang pengujian dan dinyatakan lulus pada tanggal : 7 Juli 2023

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan		2. 	3. 
Nama Terang	Danny Hidayat, SE, MM, CMA, CEIP, CEAP	Asmi Abbas, SE, MM	Dr. Vera Pujani, SE, MM,

Mengetahui,
Ketua Departemen Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D
NIP.197106242006041007



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: