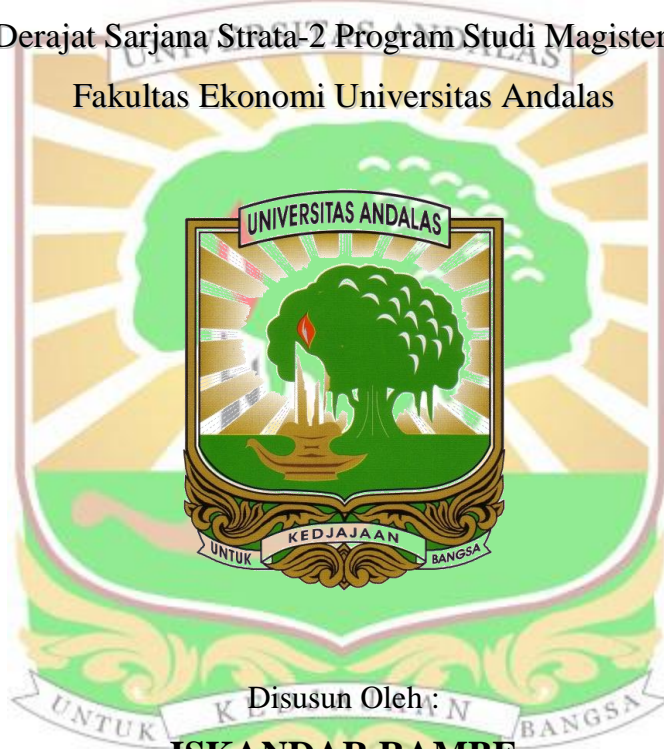


**PENGARUH *EXPERIENTAL* MARKETING TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG
PANGERAN BEACH HOTEL PADANG**

TESIS

Disusun dan Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Strata-2 Program Studi Magister Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Disusun Oleh:

ISKANDAR RAMBE

1320522025

Dibimbing Oleh:

Ibu Dr. Yulia Hendri Yeni, SE, Akt, MT

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2017**

Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengunjung Pangeran Beach Hotel Padang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pengunjung, pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pengunjung, pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung dan kepuasan pengunjung berperan sebagai variabel intervening antara *experiential marketing* dan loyalitas pengunjung. Responden dari penelitian ini adalah pengunjung Pangeran Beach Hotel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan *sampling incidental* sehingga ditetapkan sampel sebanyak 100 orang pengunjung. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung Pangeran Beach Hotel Padang, *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pangeran Beach Hotel Padang, kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung Pangeran Beach Hotel Padang dan kepuasan pengunjung berperan sebagai variabel intervening antara *experiential marketing* dan loyalitas pengunjung Pangeran Beach Hotel Padang. Temuan dari penelitian ini memberikan implikasi bagi Pangeran Beach Hotel Padang bahwa untuk meningkatkan loyalitas pengunjung, dianjurkan untuk meningkatkan *experiential marketing* dan kepuasan pengunjung.

Kata kunci : *loyalitas, kepuasan, dan experiential marketing*

