

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *PRICE* DAN *CUSTOMER DELIGHT*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA PELANGGAN TRANS STUDIO MINI  
TRANSMART KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

**TAUFIK BIN AHMAD**

**1510522064**

**Pembimbing : Dian Rani Yolanda, SE, M.Bus**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**APRIL 2020**



No. Alumni Universitas	Taufik Bin Ahmad	No. Alumni Fakultas
------------------------	------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir: Parigi/ 22-Februari 1997, b) Nama Orang Tua: Ahmad Yani dan Rosmah, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1510522064, f) Tanggal Lulus: 29 April 2020, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,09, i) Lama Studi: 4 Tahun 8 Bulan, j) Alamat Orang Tua: JL. Diponegoro Kec. Koto Balingka Kab. Pasaman Barat

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, PRICE DAN CUSTOMER DELIGHT TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PELANGGAN TRANS STUDIO MINI TRANSMART KOTA PADANG**

*Skripsi Oleh: Taufik Bin Ahmad*  
*Pembimbing: Dian Rani Yolanda, SE, M.Bus*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap *repurchase intention*, *price* terhadap *repurchase intention* dan *customer delight* terhadap *repurchase intention*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah bermain dan ingin berkunjung kembali ke Trans Studio Mini Transmart di Kota Padang di masa mendatang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel penelitian ini yaitu sebanyak 150 responden. Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, *price* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *repurchase intention*, dan *customer delight* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

**Kata Kunci: Experiential Marketing; Price; Customer Delight; Repurchase Intention**

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 29 April 2020

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan			
Nama Terang	Dian Rani Yolanda, SE, M.Bus	Asmi Abbas, SE, MM	Dra. Yanti, MM

Mengetahui,  
 Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, S.E., M.Si  
 NIP. 197209262003122004



Alumni telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor almamater:

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