

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada sebuah sanggar senam yang bernama Kharisma, yang berlokasi di daerah Banyumanik, Semarang. Data yang ada pada sanggar senam Kharisma menunjukkan adanya penurunan jumlah member dalam satu periode yakni pada tahun 2013-2014. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah experiential marketing serta kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat memunculkan minat beli ulang.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni member sanggar senam Kharisma dengan jumlah 150 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa experiential marketing serta kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi $Y_1 = 0,659X_1 + 0,201X_2$. Sedangkan kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan nilai koefisien regresi $Y_2 = 0,957Y_1$

Kata kunci : Experiential Marketing, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang