

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dan pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang berfungsi untuk menjelaskan gambaran obyek penelitian melalui data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Kemudian data hasil dari kuesioner dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai uji T pada penelitian ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $0.009 < 0.05$, Variabel nilai pelanggan mempunyai nilai $0.025 < 0.05$, dan variabel Experiential marketing mempunyai nilai $0.000 < 0.05$, maka hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), nilai pelanggan (X2), dan Experiential marketing (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan hasil uji F pada penelitian ini mempunyai nilai $0.000 < 0.05$ artinya variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan experiential marketing dianalisis secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Nilai pelanggan, Experiential Marketing, dan Kepuasan pelanggan.