

ABSTRAK

Pada era globalisasi sekarang ini, kompetisi di sektor bisnis berkembang sangat pesat. Perkembangan ini membuat persaingan usaha juga semakin ketat. Didorong dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang semakin beragam. Keadaan yang demikian membuat perusahaan harus mampu mempertahankan pelanggannya dengan cara membangun loyalitas yang telah dimiliki. Sehingga pelanggan tidak beralih ke pesaing. Terkait dengan situasi tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran berbasis pengalaman dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Matahari Department Store Klaten.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Matahari Department Store Klaten. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 150 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Pemasaran Berbasis Pengalaman mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Pemasaran Berbasis Pengalaman mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci : Pemasaran Berbasis Pengalaman, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas pelanggan.