

## ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh keunggulan atribut layanan, nilai nasabah dan citra perusahaan terhadap *experiential marketing* dan dampaknya kepada peningkatan loyalitas nasabah. Penggunaan variabel-variabel tersebut dapat memecahkan permasalahan yang terjadi pada Bank Bukopin Kanca Semarang Pandanaran.

Sampel penelitian ini adalah nasabah bank Bukopin Kanca Semarang Pandanaran, sejumlah 100 orang. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data, Hasil analisis menunjukkan bahwa keunggulan atribut layanan, nilai nasabah dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *experiential marketing*, dan *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Bukopin Kanca Semarang Pandanaran, manajemen perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor seperti keunggulan atribut layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, dan *experiential marketing*, karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya loyalitas nasabah. Implikasi teoritis dan saran-saran bagi penelitian mendatang juga diuraikan pada bagian akhir dalam penelitian ini

Kata Kunci : keunggulan atribut layanan, nilai nasabah, citra perusahaan, *experiential marketing* dan loyalitas nasabah