

## ABSTRAK

### **Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Golden Dragon Restaurant* Bandar Lampung**

Oleh

**SELVI ELIANDITA**

Salah satu peran penting yang dihadapi perusahaan adalah berkaitan dengan kepuasan konsumen. Perusahaan harus mampu memperbaiki kinerja secara efisien, agar mendapatkan kepuasan konsumen yang positif. Banyaknya restaurant di Bandar Lampung menjadikan persaingan bisnis antar restaurant semakin meningkat. Pengunjung *Golden Dragon Restaurant* tahun 2011-2015 menunjukkan jumlah pengunjung yang datang masih berfluktuatif dan cenderung mengalami penurunan. Untuk dapat meningkatkan keuntungan hal yang dapat dilakukan oleh *Golden Dragon Restaurant* adalah peningkatan desain yang dapat membuat kesan yang baik dan positif terhadap konsumen. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah *experiential marketing* (*sense, feel, think, act, dan relate*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Golden Dragon Restaurant* Bandar Lampung.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif verifikatif dan untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif maka dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha Croanbach's yang dihitung dengan bantuan SPSS 16.0 dengan alat analisis kuantitatif serta menggunakan uji hipotesis analisis regresi linier berganda, untuk melihat kontribusi setiap variabel bebas secara parsial digunakan uji t dan untuk menguji hipotesis digunakan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan *sense, feel, think, act, dan relate* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan skor menunjukkan skor tertinggi untuk variabel *experiential marketing* yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah sub variabel *sense* (X1).

**Kata kunci:** *Sense, Feel, Think, Act, Relate* dan Kepuasan Konsumen.

## **ABSTRACT**

### **Analysis of The Effect of Experiential Marketing Customer Satisfaction At Golden Dragon Restaurant Bandar Lampung**

**By**

**SELVI ELIANDITA**

One of the important roles that companies face is related to the consumer satisfaction. The company have to be able to improve the performance efficiently, in order to obtain a positive customer satisfaction. A large number of restaurants in Bandar Lampung increasing the competition in the business. In 2011-2015 number of visitors who come in Golden Dragon Restaurant is still fluctuated and tend to decrease. In order to increase profits, Golden Dragon Restaurant have to increase the design which can make the good and positive impression on consumers. The problem in this study is whether experiential marketing (sense, feel, think, act, and relate) effect on consumer power on Golden Dragon Restaurant, Bandar Lampung.

The research design used in this research is descriptive verification and to find out if there is a positive influence in this study using Alpha formula Croanbach's calculated with SPSS 16.0 by means of quantitative analysis and test hypotheses multiple linear regression analysis, to look at the contribution of each independent variable partially and t-test was used to test the hypothesis used by F-test.

The results showed that satisfaction variables sense, feel, think, act, and relate have a positive effect on customer satisfaction. The results of the calculations score show the highest score for experiential marketing variables that affect customer satisfaction is variable sub sense (X1).

**Keywords:** sense, feel, think, act, relate, and customer satisfaction