

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produksi & Reparasi Sepatu CV.Pattern X**

**Oleh :  
Dimas Surya Utama**

Dengan persaingan bisnis yang semakin pesat, setiap pelaku bisnis berusaha memasarkan produk/jasa mereka dengan berbagai cara yang unik untuk dapat terus bertahan dan mendapatkan target pasar mereka yang sesuai. Berbagai cara kreatif dilakukan pelaku bisnis seiring perkembangan jaman terlebih target pasar yang dicapai di jaman sekarang lebih mengarah ke anak muda atau millennial. Pattern X merupakan sebuah one stop solution untuk industri sepatu dimana mereka dapat melakukan reparasi, custom sepatu, dan pembuatan sepatu yang memiliki 1 cabang di medan berupa store.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Experiential Marketing* pada store CV.Pattern X, tingkat kepuasan pelanggan pada store CV.Pattern X, & pengaruh *Experiential Marketing* terhadap kepuasan pelanggan pada store CV.Pattern X.

Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan (Y). Populasi penelitian terdiri dari 237 orang dan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga terdapat 71 sampel penelitian. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Experiential Marketing* CV.Pattern X pada umumnya adalah baik. Hal ini diindikasikan oleh mayoritas responden mengatakan *Experiential Marketing* CV.Pattern X adalah baik (56.0%). Kepuasan pelanggan terhadap produksi dan reparasi CV.Pattern X cukup tinggi (45.0%). *Experiential Marketing* memberi pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini diindikasikan oleh nilai  $t_{hitung} X (10.196) > t_{tabel} (2.00)$  dan  $p\text{-value} (0,000) < 0,05$ .

Kata kunci : *Experiential Marketing*, kepuasan pelanggan.