

## INTISARI

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh pemasaran berbasis pengalaman terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh citra merek dan kepuasan pelanggan pada lokapasar Shopee. Untuk menganalisis pengaruh pemasaran berbasis pengalaman terhadap loyalitas pelanggan Shopee yang dimediasi oleh citra merek dan kepuasan pelanggan Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode survey penyebaran kuesioner melalui *google form*. Jumlah responden 193 pengguna aplikasi Shopee dan sudah melakukan transaksi lebih dari tiga kali transaksi yang tersebar di wilayah Indonesia. Metode pengujian yang digunakan menggunakan SEM PLS dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran berbasis pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, pemasaran berbasis pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh citra merek dan pemasaran berbasis pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Loyalitas Pelanggan, Pemasaran Berbasis Pengalaman, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

## ***ABSTRACT***

The purpose of this research is to examine and analyze experiential marketing effect on customer loyalty mediated by brand image and customer satisfaction on Shopee market place. To analyze experiential marketing effect on Shopee customer loyalty mediated by brand image and Shopee customer satisfaction, this research used a quantitative method by using a survey method of distributing questionnaires through google form. The number of respondents is 193 Shopee application users and has made more than three transactions spreaded across Indonesia. The test method used is SEM PLS using SmartPLS software. The results showed that experiential marketing had a positive and significant effect on customer loyalty. Experiential marketing had a positive and significant effect on customer loyalty mediated by brand image and experiential marketing had a positive and significant effect on customer loyalty mediated by customer satisfaction.

**Keywords:** Customer Loyalty, Experiential Marketing, Brand Image, Customer Satisfaction.