

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pemasaran eksperiensial pada kepuasan dan loyalitas pelanggan domestik maskapai Garuda Indonesia dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, untuk selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan analisis jalur.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pemasaran eksperiensial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia dan pemasaran eksperiensial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan maskapai Garuda Indonesia.

Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan. Selain itu, pemasaran eksperiensial akan langsung membuat konsumen loyal tanpa terlalu memperhatikan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik maskapai Garuda Indonesia menerapkan pemasaran eksperiensial akan berdampak langsung signifikan pada loyalitas pelanggan pada maskapai Garuda Indonesia.

Kata Kunci : Pemasaran Eksperiensial; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of experiential marketing to the satisfaction and loyalty of domestic customers Garuda Indonesia Airlines by using quantitative approach, which aims to know the influence of independent variable to dependent variable, data collection technique in this study using questionnaire, for further processing and analyzed using path analysis.

The result of the analysis shows that experiential marketing has a significant positive effect on the satisfaction of Garuda Indonesia airline customers and experiential marketing has a significant positive effect on the loyalty of Garuda Indonesia airline customers.

This study proves that there is a significant positive influence between customer satisfaction and customer loyalty. Customer satisfaction can encourage the creation of customer loyalty. In addition, experiential marketing will instantly make loyal customers without paying too much attention to customer satisfaction. Thus, the better Garuda Indonesia airlines implementing experiential marketing will have a significant direct impact on customer loyalty on Garuda Indonesia Airlines.

Keywords: Experiential Marketing; Customer satisfaction; Customer loyalty.