

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CINEMA XXI IMAX GANDARIA CITY

Soli Noni Cecilia Sinaga

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *experiential marketing* yang terdiri terhadap kepuasan konsumen. Konsep penelitian ini menggunakan berbagai sumber. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data sekunder didapat dari jurnal, buku, dan artikel. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner. Responden dari kuesioner adalah mereka yang telah menonton di Cinema XXI IMAX Gandaria City sebanyak minimal dua kali dalam enam bulan terakhir menggunakan teknik *purposive sampling* dengan total responden sebanyak 100 orang. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji instrumen. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *strategic experiential modules* dan *experience providers* secara parsial maupun simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Experiential Marketing, Strategic Experiential Modules, Experience Providers, Kepuasan Konsumen*