

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF EMOTIONAL MARKETING AND EXPERIENTIAL MARKETING TO CONSUMER SATISFACTION AT CIBIUK RESTAURANT TASIKMALAYA

Compiled by :
Ryan Setiawan Rosmana
133402397

Guided By :
H. Kartawan
Elis Listiana Mulyani

The objectives of this research were find out and analyse the emotional marketing, experiential marketing and consumer satisfaction at Cibiuk Restaurant Tasikmalaya, and the influence of the emotional marketing and experiential marketing to consumer satisfaction at Cibiuk Restaurant Tasikmalaya.

The research method used in this research is case study methods, while the type of data used in this research is primary and secondary data. The object of this research is Cibiuk Restaurant Tasikmalaya, with using Accidental sampling method. Analysis technique used Path Analysis and hypothesis testing.

The results of this testing proved that a Simutaneous and Partial emotional marketing and experiential marketing significant influence on Consumer Satisfaction at Cibiuk Restaurant Tasikmalaya. Cibiuk Restaurant Tasikmalaya should improve the emotional marketing and experiential marketing so that more consumers are satisfied.

Keywords: Consumer, Satisfaction Emotional Marketing, Experiential Marketing..

ABSTRAK

PENGARUH EMOTIONAL MARKETING DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN CIBIUK TASIKMALAYA

Oleh :

Ryan Setiawan Rosmana

133402397

Dibawah Bimbingan :

H. Kartawan

Elis Listiana Mulyani

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis *Emotional Marketing*, *Experiential Marketing* dan Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya. Dan pengaruh *emotional marketing*, dan *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Survey, sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Objek penelitian ini adalah Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya, dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode sampel aksidental (kebetulan). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Path* dan pengujian hipotesis.

Hasil pengujian ini membuktikan bahwa secara simultan dan parsial *Emotional Marketing* dan *Experiential Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya. Sebaiknya Rumah Makan Cibiuk Tasikmalaya meningkatkan *emotional marketing* dan *experiential marketing*-nya agar konsumen merasa puas.

Kata Kunci: *Emotional Marketing*, *Experiential Marketing*, Kepuasan Konsumen