

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Nilai yang Dirasakan sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Cinemaxx Gold Lippo Plaza Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Cinemaxx Gold Lippo Plaza Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS 17 dengan metode Regresi berganda dan *Path Analysis*.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai yang dirasakan, nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai yang dirasakan mampu berperan sebagai pemediasi hubungan *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Experiential Marketing*, Nilai yang Dirasakan, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of experiential marketing to the customer's satisfaction mediation by perceived value in Cinemaxx Gold Lippo Plaza Yogyakarta. The subject in this study was consumers of Cinemaxx Gold Lippo Plaza Yogyakarta. In this study, sample of 100 respondents were selected using purposive sampling. Analysis tool used SPSS 17 with Analysis Multivariate Regression and Path Analysis Methods.

Based on the analysis that have been made the results are the experiential marketing has positive and significantly influence perceived value, perceived value has positive and significantly influence customer satisfaction, experiential marketing has positive and significantly influence customer satisfaction and perceived value is able to act as a mediator of experiential marketing relationships to customer satisfaction.

Keywords : Experiential Marketing, Perceived Value, and Customer Satisfaction