

ABSTRAK

Dunia usaha di Indonesia semakin bertumbuh tiap tahun. Hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan. Agar perusahaan mampu bersaing, perusahaan harus menggunakan suatu konsep pemasaran yang berbeda dari pesaing, yang dapat membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Salah satu konsep pemasaran yang dapat digunakan adalah *experiential marketing*. *Experiential Marketing* merupakan suatu konsep pemasaran yang tidak hanya menjual produk atau jasa saja kepada konsumen tetapi juga memberikan pengalaman kepada konsumen sehingga konsumen dapat membedakan produk dan jasa perusahaan dengan produk dan jasa pesaing. Steak Ranjang merupakan tempat kuliner yang menggunakan konsep *Experiential Marketing* karena Steak Ranjang memberikan pengalaman berbeda kepada konsumen dalam bidang usaha kuliner. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* terhadap kepuasan pelanggan Steak Ranjang Bandung. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, pengumpulan data melalui kuesioner, studi pustaka, dan observasi. Uji data melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, uji f, uji t, dan uji koefisien determinasi. Analisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Kepuasan Pelanggan* di Steak Ranjang R square sebesar 11,1%, sedangkan sisanya sebesar 88,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya

Kata Kunci : Pemasaran, *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Regresi Linear Sederhana, Steak Ranjang

ABSTRACT

The business world in Indonesia's growing every year. This leads to increasing competition. So that companies are able to compete, companies must use a marketing concept that is different from competitors, which can differentiate products company with poroduk competitors. One of the marketing concept that can be used is experiential marketing. Experiential Marketing is a marketing concept that not only sell products or services only to consumers but also provide experience to consumers so that consumers can distinguish between products and services company with products and services of a competitor. Steak Beds is a culinary uses Experiential Marketing concept for Steak Beds provide a different experience to consumers in the field of culinary business. The purpose of this study was to determine the effect on customer satisfaction Experiential Marketing Steak Beds Bandung. The method used in this research is descriptive method, collecting data through questionnaires, literature, and observation. Test data through validity, reliability, normality, f test, t test, and test the coefficient determiasi. Analysis using descriptive statistics and simple linear regression analysis. The coefficient of determination shows that the effect Experiential Marketing on Customer Satisfaction in Steak Beds R-square of 11.1%, while the remaining 88.9% is influenced by other factors

Keywords: Marketing, Experiential Marketing, Customer Satisfaction, Simple Linear Regression, Steak Beds