

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Nanny's Pavillon Home Bandung)**

Nanny's Pavillon didirikan sejak 23 Maret 2009 pertama kali membuka restorannya di Bandung, Indonesia. Nanny's Pavillon adalah sebuah restoran yang terinspirasi dari restoran *French American Pancake*. Nanny's Pavillon selain memiliki menu yang unik, restoran yang mengusung konsep *French American Pancake restaurant* ini memiliki desain interior dengan konsep yang unik di setiap outletnya dan kostum para pelayannya pun unik dan lucu, konsep yang diterapkan di Nanny's Pavillon Home Bandung ini yaitu *Experiential Marketing*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan di Nanny's Pavillon Home Bandung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terhadap 100 konsumen Nanny's Pavillon Home Bandung. Adapun analisis statistik melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Sense*, *Feel*, dan *act* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel *think* dan *relate* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan hubungan variabel *experiential marketing* yaitu *sense*, *feel*, *think*, *act*, dan *relate* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena  $F_{hitung} (40.797) > F_{tabel} (2,31)$ .

**Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan**