

## ABSTRAK

Pada perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat menjadi ancaman sekaligus tantangan bagi para pebisnis. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mengelola dan meningkatkan perkembangan dunia bisnis yaitu dengan melaksanakan *store atmosphere* dan *experiential marketing* yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis “Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Setiabudhi Cihampelas.”

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* jenis *simple insidental sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana nilai  $t$  hitung  $3,460 > t$  tabel  $1,664$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , dan secara parsial *experiential marketing* juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana  $t$  hitung  $4,164 > t$  tabel  $1,664$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Berdasarkan hasil koefisien determinasi *store atmosphere* dan *experiential marketing* memiliki pengaruh sebesar 54,2% terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan.