

## ABSTRAK

**Helma Afrilia, NIM 3402210019. "PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN(Studi pada PT Ring Media Nusantara di Kabupaten Ciamis) " Dibawah bimbingan Dr.Nurdiana Mulyatini, S.E.,M.M (Pembimbing I) dan Hj. Iyus Yustini, S.Pd.,M.M (Pembimbing II).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan pada PT Ring Media Nusantara di Kabupaten Ciamis. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan guna meningkatkan loyalitas di tengah persaingan bisnis jasa internet yang semakin ketat. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *experiential marketing* sebagai variabel independen dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT Ring Media Nusantara. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi Rank Spearman, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing* berada dalam kategori baik dan loyalitas pelanggan juga berada dalam kategori tinggi. Selain itu, terdapat hubungan yang kuat dan positif antara *experiential marketing* dengan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan *experiential marketing*, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Ring Media Nusantara di Kabupaten Ciamis. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan

**Kata Kunci:** *experiential marketing, loyalitas pelanggan*