

ABSTRAK

Dea Dewi Tri. 3402220420. Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Emotional Brand* terhadap Kepuasan Pelanggan (Suatu Studi pada Pelanggan We.Craft_Style Banjar). Di bawah bimbingan Mukhtar Abdul Kader., S.E.,M.M. (Pembimbing I) dan M.Zaki Rahman, S.Ag., M.Ag., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kepuasan pelanggan yang belum optimal hal ini diduga disebabkan oleh kurangnya *experiential marketing* dan lemahnya *emotional brand* pada produk We.Craft_Style. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini : Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan We.craft_style Banjar, Bagaimana pengaruh *emotional brand* terhadap kepuasan pelanggan We.craft_style Banjar, Bagaimana pengaruh *experiential marketing* dan *emotional brand* terhadap kepuasan pelanggan We.craft_style Banjar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan We.craft_style Banjar dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang meliputi frekuensi, total skor, persentase, interval, rata-rata, interpretasi dan analisis verifikatif dengan menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, analisis koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: *Experiential marketing* pada We.Craft_Style berada pada kategori baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Emotional brand* pada We.Craft_Style berada pada kategori baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *emotional brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan We.Craft_Style berada pada kategori baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *experiential marketing* dan *emotional brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada We.craft_style Banjar.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, *Emotional Brand*, Kepuasan Pelanggan.