

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP CONSUMER SATISFACTION PADA AMNESTI KOPI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh  
Beti Suryani**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi Experiential Marketing terhadap Consumer Satisfaction pada Amnesti Kopi Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode hair et all dengan jumlah sampel sebesar 140 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan menggunakan uji t dan uji f. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa sense experience berpengaruh terhadap consumer satisfaction, feel experience berpengaruh terhadap consumer satisfaction, think experience tidak berpengaruh terhadap consumer satisfaction, act experience tidak berpengaruh terhadap consumer satisfaction, relate experience berpengaruh terhadap consumer satisfaction dan secara bersama-sama sense experience, feel experience, think experience, act experience, relate experience berpengaruh terhadap consumer satisfaction.

**Kata Kunci :** Experiential Marketing, Consumer Satisfaction.