

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, *Experiential Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen SAMchick Plosokandang” ini ditulis oleh Intan Chumayratun Salamah, NIM 126405201071, pembimbing Dr. Suminto, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi perkembangan bisnis FnB yang mulai menjamur di daerah tulungagung khususnya yang menggunakan ayam sebagai bahan menu utama. Karena ketatnya persaingan bisnis FnB di Tulungagung menjadikan perusahaan SAMchick Plosokandang harus mengerti apakah kualitas layanan, *experiential marketing* dan *brand image* dapat menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas konsumen, karena dengan adanya loyalitas inilah menjadikan SAMchick dapat bersaing dengan perusahaan FnB lainnya.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen SAMchick Plosokandang, (2) untuk mengetahui pengaruh signifikan *experiential marketing* terhadap loyalitas konsumen SAMchick Plosokandang, (3) untuk mengetahui pengaruh signifikan *brand image* terhadap loyalitas konsumen SAMchick Plosokandang, (4) untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, *experiential marketing* dan *brand image* secara simultan terhadap loyalitas konsumen SAMchick Plosokandang.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Pengolahan data yang digunakan yaitu SPSS 22. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji T, uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di SAMchick Plosokandang, (2) *experiential marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di SAMchick Plosokandang, (3) *brand image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di SAMchick Plosokandang, (4) kualitas layanan, *experiential marketing* dan *brand image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di SAMchick Plosokandang.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Experiential Marketing*, Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Service Quality, Experiential Marketing and Brand Image on Consumer Loyalty at SAMchick Plosokandang" was written by Intan Chumayratun Salamah, NIM 126405201071, supervisor Mr. Dr. Suminto, M.Pd.I.

This research is motivated by the development of the F&B business which began to mushroom in the tulungagung area, especially those that use chicken as the main menu ingredient. Because of the intense competition in the F&B business in Tulungagung, companies must understand what strategies and factors can maintain consumer loyalty. with this loyalty, the company can compete with other F&B companies.

The objectives of this study were (1) to determine the significant effect of service quality on consumer loyalty of SAMchick Plosokandang, (2) to determine the significant effect of experiential marketing on consumer loyalty of SAMchick Plosokandang, (3) to determine the significant effect of brand image on consumer loyalty of SAMchick Plosokandang, (4) to determine the effect of service quality, experiential marketing and brand image simultaneously on consumer loyalty of SAMchick Plosokandang.

This research uses a quantitative approach and associative research type. The data source used is primary data with a sample size of 100 respondents. The data collection technique used is a questionnaire (questionnaire). The data processing used is SPSS 22. This study uses validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, coefficient of determination (R²) test, T test, F test.

The results of this study indicate that (1) service quality has a significant effect on consumer loyalty at SAMchick Plosokandang, (2) experiential marketing has no significant effect on consumer loyalty at SAMchick Plosokandang, (3) brand image has a significant effect on consumer loyalty at SAMchick Plosokandang, (4) service quality, experiential marketing and brand image simultaneously have a significant effect on consumer loyalty at SAMchick Plosokandang.

Keywords: Brand Image, Experiential Marketing, Consumer Loyalty, Service Quality