

ABSTRAK

Berhasil tidaknya perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya bergantung pada keahlian di bidang produksi, pemasaran, personalia, keuangan, dan bidang lainnya yang diperlukan dalam perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Plaplay Indoor Theme Park Semarang. sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 97 orang. Untuk mempermudah perhitungan, maka sampel dibulatkan menjadi 100 orang. Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah pelanggan Plaplay Indoor Theme Park Semarang yang berjumlah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik sampling berdasarkan criteria.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Emotional marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust* pada pelanggan Plaplay Indoor Theme Park Semarang. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust* pada pelanggan Plaplay Indoor Theme Park Semarang. *Emotional marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Plaplay Indoor Theme Park Semarang. *Experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Plaplay Indoor Theme Park Semarang. *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Plaplay Indoor Theme Park Semarang

Kata kunci : *customer loyalty* melalui *brand trust*, *emotional marketing* dan *Experiential marketing*

ABSTRACT

Success or failure of the company in achieving its business objectives depends on the expertise in the areas of production, marketing, personnel, finance, and other fields required in the company.

The population in this study is the customer Plaplay Indoor Theme Park Semarang. samples taken in the study was obtained for 96.04 and then rounded up to 97 people. To simplify the calculations, the samples rounded up to 100 people. So samples taken in this study is the customer Plaplay Indoor Theme Park Semarang totaling 100 people. The sampling technique used in this research is purposive sampling. Purposive sampling is a sampling technique based on the criteria.

The results showed that Emotional marketing positive and significant impact on brand trust on the customer Plaplay Indoor Theme Park Semarang. Experiential marketing positive and significant impact on brand trust on the customer Plaplay Indoor Theme Park Semarang. Emotional marketing positive and significant impact on customer loyalty in customers Plaplay Indoor Theme Park Semarang. Experiential marketing positive and significant impact on customer loyalty in customers Plaplay Indoor Theme Park Semarang. Brand trust and significant positive effect on customer loyalty in customers Plaplay Indoor Theme Park Semarang

Keywords: customer loyalty through brand trust, emotional marketing and experimental marketing

INTISARI

Penelitian ini membahas membangun *customer loyalty* melalui *brand trust*, *emotional marketing* dan *Experiential marketing*. *customer loyalty* loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian dilakukan oleh seorang pelanggan terhadap suatu perusahaan. Sedangkan *brand trust*, *brand trust (trust)* adalah kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. *Emotion marketing* adalah usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan para pelanggan, sehingga mereka merasa berharga dan diperhatikan, yang pada akhirnya akan membuat mereka loyal terhadap perusahaan. *Experiential marketing* adalah suatu konsep pemasaran yang bertujuan untuk membentuk pelanggan-pelanggan yang loyal dengan menyentuh emosi mereka dan memberikan suatu *feeling* yang positif terhadap produk dan *service*.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan dari Playplay Indoor Theme Park Semarang. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dengan kriteria sampel dalam penelitian ini adalah Pelanggan Playplay Indoor Theme Park Semarang yang telah menggunakan jasa Playplay Indoor Theme Park lebih dari dua kali dan menjadi pelanggan selama 6 bulan. Berdasarkan perhitungan, sampel yang diperoleh sebanyak 100 orang pelanggan Playplay Indoor Theme Park. Data kemudian di analisis dengan menggunakan program statistik SPSS.

Hasil penelitian terbukti bahwa *customer loyalty*, *brand trust*, *emotional marketing*, berpengaruh signifikan terhadap *experiential marketing*. Melalui *customer loyalty* yang baik pelanggan besar kemungkinan pelanggan akan menggunakan jasa kembali dan merekomendasikan kepada orang lain. *brand trust* dipandang sebagai dasar dalam hubungan dengan pelanggan dan *brand trust* merupakan atribut terpenting yang dimiliki oleh suatu produk. *Experiential marketing* memiliki peran penting dalam proses konsumsi, karena pengalaman saat mengkonsumsi akan diperoleh saat konsumsi tersebut. Perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap , perusahaan dapat menjadikan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuannya akan memberikan kepercayaan kepada pelanggan. Sehingga, semakin baik pengetahuan, kesopanan dan kemampuan untuk memberikan kepercayaan pada pelanggan maka pelanggan akan mau untuk menggunakan kembali jasa perusahaan. Selain itu *Experiential marketing* yang baik juga akan membuat pelanggan merasa diperhatikan dan merasa bahwa perusahaan tersebut dapat diandalkan sehingga akan terbentuk suatu keterikatan antara pelanggan dengan perusahaan.