

ABSTRAK

Kota Bandung sebagai salah satu tujuan wisata domestik yang paling banyak di kunjungi wisatawan lokal terutama Jakarta, menjadi sasaran pengembangan bisnis *hospitality industry* yang strategis. Berkembangnya sektor usaha *hospitality industry* di Kota Bandung terlihat dari banyaknya usaha yang didirikan, mulai dari kios jajanan, cafe sampai restoran eksklusif. Di Bandung banyak terdapat rumah makan, *cafe*, restoran dengan lokasi yang tersebar. Ada yang di bukit sambil menikmati pemandangan, di pinggir kota maupun di pusat kota. Menunya beragam, mulai dari masakan Sunda, Padang, *Oriental*, *Western*, Korean, Thailand, *Japan* dan sebagainya.

Berdasarkan hasil uraian diatas maka penulis mengadakan penelitian pada Congo Cafe & Resto Bandung, yaitu “Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Customer Value* Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan”.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif untuk menguji hipotesis. Pengambilan sampel menggunakan sampling *non probability*. Sampel yang diambil 100 pengujung. Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan menggunakan kuesioner disertai dengan teknik observasi. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan pada tahun 2015. Analisis data menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh terhadap *customer value* dan loyalitas pelanggan serta *customer value* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Congo Cafe & Resto Bandung.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, *Customer Value* dan Loyalitas Pelanggan