

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS NASABAH
(Survey Pada Nasabah Prima Bank Kalbar Cabang Sekadau)**

Teguh Doto Setiadi¹

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

DOSEN PEMBIMBING 1

Dr. Ramadania, SE, M.Si

Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Kalbar Cabang Sekadau yang terletak di Jalan Merdeka, Sungai Ringin, Sekadau. Penelitian ini menggunakan regresi hirarki, yaitu regresi berganda yang dilakukan sebanyak dua kali proses regresi. Regresi yang pertama terdiri dari variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Ys) dan lima variabel independen experiential marketing terdiri dari sense (X1), feel (X2), think (X3), act (X4) dan relate (X5). Yang kedua yaitu variabel dependen loyalitas nasabah (YL) dan variabel independen kepuasan nasabah (Ys).

Populasi penelitian adalah nasabah prima Bank Kalbar Cabang Sekadau dengan sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling melalui pengisian kuisioner. Hasil penelitian ini untuk mengetahui pengaruh masing - masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya berdasarkan uji simultan dan parsial.

Hasil akhir menunjukkan bahwa variabel terikat kepuasan Adjusted R Square (R^2) menunjukkan 59.1% (high), berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial (untuk variabel bebas act dan relate) terhadap variabel terikat. Kemudian untuk adjusted R square (R^2) pada variabel terikat loyalitas menunjukkan pada level 88,2% (high) dan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya (loyalitas nasabah).

Kata Kunci : Eksperensial Marketing, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

¹ Jl. Imam Bonjol, Pontianak, Kalbar, 78124. Email: tgoehds_ok@yahoo.com