

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
BARBERSHOP SAFIQ DI
SANGGARAN AGUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun oleh :

**ADDHA
NIM: 2010061201175**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2024**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
BARBERSHOP SAFIQ DI
SANGGARAN AGUNG**

ADDHA

Pembimbing: EDIA SATRIA, S.E.,M.M

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan: 1. Untuk menganalisis pengaruh Experiential Marketing terhadap Repurchase Intention pada Barbershop safiq. 2. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan terhadap Repurchase Intention pada Barbershop safiq 3. Untuk menganalisis Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen pada Barbershop safiq 4. Untuk menganalisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Barbershop safiq 5. Untuk Menganalisis Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention pada Barbershop safiq. 6. Untuk menganalisis Kepuasan Konsumen yang berperan sebagai variabel intervening antara Experiential Marketing dan Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention pada Barbershop safiq Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil Penelitian yaitu; 1 Experiential marketing berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Barbershop Safiq di Sanggaran Agung. 2 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Barbershop Safiq di Sanggaran Agung. 3 Experiential marketing tidak berpengaruh terhadap repurchase intention pada Barbershop Safiq di Sanggaran Agung. 4 Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap repurchase intention pada Barbershop Safiq di Sanggaran Agung. 5 Kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap repurchase intention pada Barbershop Safiq di Sanggaran Agung. 6 Experiential marketing memiliki pengaruh lebih besar secara langsung terhadap repurchase intention, sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh lebih besar secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen terhadap repurchase intention.

Kata Kunci : Experiential Marketing, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Repurchase Intention.

THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND QUALITY SERVICE TO REPURCHASE INTENTION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON SAFIQ BARBERSHOP IN SANGGARAN ANGUNG

ADDHA

Advisor : EDIA SATRIA, S.E.,M.M

Management Study Program

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRACT

This study aims: 1. To analyze the effect of Experiential Marketing on Repurchase Intention in Safiq Barbershop. 2. To analyze the Quality of Service against Repurchase Intention at Barbershop safiq 3. To analyze Experiential Marketing on Consumer Satisfaction at Barbershop safiq 4. To analyze Service Quality to Customer Satisfaction at Barbershop safiq 5. To Analyze Consumer Satisfaction with Repurchase Intention at Barbershop safiq. 6. To analyze Consumer Satisfaction which acts as an intervening variable between Experiential Marketing and Consumer Satisfaction with Repurchase Intention at Barbershop safiq The research methodology used is with qualitative descriptive and quantitative descriptive approaches. The results of the study are; 1 Experiential marketing affects customer satisfaction at Safiq Barbershop in Sanggaran Agung. 2 Service quality affects customer satisfaction at Safiq Barbershop in Sanggaran Agung. 3 Experiential marketing has no effect on repurchase intention at Safiq Barbershop in Sanggaran Agung. 4 Service quality does not affect the repurchase intention at Safiq Barbershop in Sanggaran Agung. 5 Customer satisfaction does not affect the repurchase intention at Safiq Barbershop in Sanggaran Agung. 6 Experiential marketing has a greater direct influence on repurchase intention, while service quality has a greater influence indirectly through customer satisfaction with repurchase intention.

Keywords: *Experiential Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*