

ABSTRAK

Muhamad Alif Yulianisa' Dana. 2024, *Pengaruh Experiential marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi 1815 Jalan Mahat Kasan Gatot Subroto Banjarmasin.* Skripsi, Progam Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Muhammad Saleh, S.IP., SH., MA

Kata Kunci: *Experiential* Marketing, Kepuasan Konsumen, Kedai Kopi 1815.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena pesatnya perkembangan bisnis coffee shop di Banjarmasin. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel *Experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi 1815 Jalan Mahat Kasan Gatot Subroto Banjarmasin.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung serta membeli produk di kedai kopi 1815 Banjarmasin. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling insidental* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden pelanggan yang berkunjung membeli produk di kedai kopi 1815 Banjarmasin.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil uji regresi linier sederhana diperoleh persamaan $Y = a + b X$ atau kepuasan konsumen = $11,232 + 0,249 X$ yang berarti terdapat pengaruh variabel *Experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen kopi 1815 jalan Mahat Kasan Gatot Subroto Banjarmasin secara positif. Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) sebanyak 57,9% kepuasan konsumen kedai kopi 1815 Banjarmasin dipengaruhi oleh variabel *Experiential marketing*. Sedangkan sisanya 42,1% dipengaruhi variabel lain. Hasil dari uji T menunjukkan nilai Thitung sebesar 2,893 > Ttabel 1,661 dan nilai signifikansi $0,005 < 0,1$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh variabel *Experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen kopi 1815 jalan Mahat Kasan Gatot Subroto Banjarmasin.