

ABSTRAKS

M. Ivan Eka Syaputra 14218236

“PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, EMOTIONAL BRANDING,
DAN EMOTIONAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
GOJEK ONLINE DI KELURAHAN MEKARJAYA DEPOK II TENGAH”

Skripsi Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Gunadarma, 2017

Kata Kunci : *Experiential Marketing, Emotional Branding, Emotional Marketing*
dan Loyalitas Pelanggan

(xiv + 77 Halaman + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing*, *emotional branding*, dan *emotional marketing* secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan gojek online di Kelurahan Mekarjaya Depok II Tengah.

Populasi di dalam penelitian ini adalah masyarakat Lubang Buaya Jakarta Timur yang menggunakan transportasi Gojek Online. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F, dengan alat bantu SPSS v.22.0. sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing* dan *emotional branding* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel *emotional marketing* tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

(Daftar Pustaka 2000 – 2016)