

# Pengaruh experiential marketing terhadap repurchase intention; studi pada Marco Padang Street Gallery Pondok Indah Mall = Analyzing the influence of experiential marketing on repurchase intention: studies on Marco Padang Street Gallery Pondok Indah Mall

Pulungan, Kla Ydrea, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458455&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Melalui experiential marketing sebuah merek dapat memberikan pengalaman yang berkesan untuk konsumennya. Pengalaman tersebutpun dapat melekat lama pada ingatan konsumen. Pengalaman yang berkesan tersebut dapat menciptakan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang Repurchase Intention.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh experiential marketing terhadap repurchase intention restoran Marco Padang Street Gallery Pondok Indah Mall. Penelitian ini menggunakan Non-Probability sampling dengan teknik convenience sampling, penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen dari Marco Padang Street Gallery Pondok Indah Mall.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara experiential marketing terhadap repurchase intention.

*Experiential marketing is a form of advertising that focuses primarily on helping consumers experience recognise towards a brand. The experience may take a long lasting memory if it influences positively to the consumers. Consumers usually use the positive experiences in order to repurchase in the future.*

*This research examine the influence of experiential marketing that Marco Padang provide on consumers repurchase intention. The method of approach of study uses non probability samplings with convenience technique, and conducted on 100 respondesnts.*

*The result of this study demonstrate that there is a correlation between Experiential Marketing to the Repurchase Intention.*