

	No. Alumni Universitas	<b>ABDULLAH BARORI</b>	No. Alumni Fakultas
	a). Tempat / Tgl Lahir: Wirotho Agung / 05 Juni 1988, b). Nama Orang Tua: H. Mujiono, S.Ag dan Hj. Suratmi c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 1110524048, f). Tanggal Lulus: 16 Juli 2014, g). IPK: 3,01 h). Prediksi Kelulusan: Sangat Memuaskan, i). Lama Studi: 2 Tahun 11 Bulan, j). Alamat Orang Tua: Jl. Pattimura Unit 2 Kec.Rimbo Bujang, Kel. Wirotho Agung. Kab.Tebo Jambi.		
	<p align="center"><b>PENGARUH <i>EMOTION MARKETING</i>, <i>EXPERIENTIAL MARKETING</i>, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN G-SPORTS CENTRE PADANG.</b></p> <p align="center"><i>Skripsi S1 oleh: Abdullah Barori</i> <i>Pembimbing: Dr.Harif Amali Rivai, SE., MSi.</i></p> <p align="center"><b>ABSTRAK</b></p> <p>Pada saat ini olahraga tidak hanya menjadi kebutuhan tetapi juga menjadi tren yang sangat digemari oleh kalangan masyarakat seperti misalnya olahraga futsal, namun jenis olahraga setiap orang berbeda-beda, kondisi ini membuat para pebisnis berlomba-lomba menyediakan tempat olahraga yang lengkap serta menyediakan pelayanan terbaik untuk menciptakan pengalaman positif dan kepuasan pelanggan yang tujuannya bukan hanya sekedar menarik minat konsumen, tetapi juga menjaga loyalitas pelanggan dengan menyentuh sisi emosional konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>emotion marketing</i>, <i>experiential marketing</i>, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan G-Sport Centre Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Padang yang menjadi konsumen G-Sport Centre Padang, dan sampel sebanyak 120 responden dengan menggunakan teknik <i>Accidental Sampling</i>. Metode pengumpulan datanya melalui kuesioner. Teknik pengolahan data menggunakan <i>Software computer</i>, yaitu SPSS 16.0. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan uji model Penelitian <math>R^2</math>. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, hasilnya yaitu <i>emotion marketing</i> tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sementara <i>experiential marketing</i> dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan G-Sport Centre Padang.</p> <p><b>Kata Kunci:</b> <i>Emotion Marketing, Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas.</i></p>		

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal **16 Juli 2014** dengan pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan			
Nama Terang	<b>Dr. Harif Amali Rivai, SE., MSi</b>	<b>Dr.Yuliharsi, SE., MBA</b>	<b>Alfitman, SE, M.Sc</b>

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

**Dr. Vera Pujani, SE, M.Tech**  
NIP : 19661115 200003 2 001

**Tanda**

**Tangan**

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/ Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan