

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *EXPERIENTIAL*
MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DNI
*SKIN CENTRE SINGARAJA***

Oleh

I Kadek Deny Mahaputra, NIM 1817041102

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk menguji pengaruh *brand trust* dan *experiential marketing* secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan di DNI *Skin Centre* Singaraja. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 110 responden, teknik penentuan pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data responden menggunakan metode kuisisioner. Analisis data menggunakan teknik analisis data kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa (1) *Brand Trust* dan *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di DNI *Skin Centre* Singaraja. (2) *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di DNI *Skin Centre* Singaraja. (3) *Experiential Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di DNI *Skin Centre* Singaraja.

Kata Kunci: *brand trust*, *experiential marketing*, kepuasan pelanggan

THE INFLUENCE OF BRAND TRUST AND EXPERIENTIAL MARKETING ON CUSTOMER SATISFACTION AT DNI SKIN CENTER SINGARAJA

By

I Kadek Deny Mahaputra, NIM 1817041102

Management Study Program

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of brand trust and experiential marketing simultaneously or partially on customer satisfaction at DNI Skin Center Singaraja. The research sample used in this study amounted to 110 respondents, the sampling technique used was purposive sampling technique. Collecting respondent data using the questionnaire method. Data analysis used quantitative data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The results of this study show that (1) Brand Trust and Experiential Marketing have a positive and significant effect on Customer Satisfaction at DNI Skin Center Singaraja. (2) Brand Trust has a positive and significant effect on customer satisfaction at DNI Skin Center Singaraja. (3) Experiential Marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction at DNI Skin Center Singaraja.

Keywords : brand trust, experiential marketing, customer satisfaction