

## ABSTRAK

Dhendi Aprian. 43107120188. PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND LOYALTY* PADA RUMAH SAKIT SARI ASIH. Skripsi. Universitas Mercu Buana Jakarta. Maret 2011.

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap pembentukan *brand loyalty* pada Rumah Sakit SARI ASIH. Secara umum pengaruh *experiential marketing* terhadap pembentukan *brand loyalty* pada produk Rumah Sakit SARI ASIH di benak konsumen sudah baik. Pada penelitian ini digunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner langsung kepada 100 (seratus) konsumen Rumah Sakit SARI ASIH. Kuesioner terdiri dari berbagai pernyataan mengenai penilaian konsumen tentang pengaruh *experiential marketing* dan pembentukan *brand loyalty* pada Rumah Sakit SARI ASIH. Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas, dilanjutkan dengan analisis deskriptif, uji regresi dan korelasi, tujuan pengujian tersebut untuk mengetahui item-item pernyataan mana saja yang dapat mewakili *experiential marketing* dan pembentukan *brand loyalty* di benak konsumen dan pengaruh antara *experiential marketing* dan *brand loyalty* pada Rumah Sakit SARI ASIH.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari *experiential marketing* terhadap pembentukan *brand loyalty* pada rumah sakit SARI ASIH Tangerang.

Saran yang diberikan peneliti yaitu: Rumah Sakit SARI ASIH sebaiknya terus mempertahankan *experiential marketing* yang telah diterapkan dengan lebih baik lagi, lalu dengan mempertahankan rasa senang konsumen terhadap pelayanan dan dengan meningkatkan kreatifitas kosumen dalam memperhatikan kualitas pelayanan, sebagai contoh dengan memperhatikan suasana hati dan keinginan pasien, membuat pasien berfikir bahwa RS SARI ASIH dapat menjadi pilihan konsumen untuk mendapatkan pelayanan kesehatan. Mengenai *brand loyalty* juga sudah cukup baik. Tetapi adapun sebaiknya pihak Rumah Sakit SARI ASIH memperbaiki jika masih terdapat faktor yang mempengaruhi *brand loyalty*. Seperti konsumen yang menyukai suasana dan pelayanan SARI ASIH, keyakinan konsumen terhadap kualitas pelayanan RS SARI ASIH, dan memilih RS SARI ASIH sebagai pilihan dalam mencari pelayanan kesehatan.