

ABSTRAK

RIZKY AGUS PUTRA PRATAMA, 19110074

PENGARUH *MARKETING COMMUNICATION*, *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *CUSTOMER TRUST* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PT. ANDALAN PACIFIC SAMUDRA

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2023
Kata Kunci : *Marketing Communication*, *Experiential Marketing*, *Customer Trust*, dan *Customer Loyalty*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Marketing Communication, Experiential Marketing Dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty Pada Pt. Andalan Pacific Samudra”. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kausal dengan metode penelitian kuantitatif dan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda.. Populasi dalam penelitian yaitu 32 pelanggan pada PT. Andalan Pacific Samudra. Menggunakan teknik sample jenuh atau sensus dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 32 responden diambil dari seluruh populasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *marketing communication* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*. Hal tersebut dibuktikan pada Uji Parsial (Uji T) sebesar $2,467 > 2,045$ serta nilai Sig, $0,002 < 0,05$; (2) *experiential marketing* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Hal tersebut dibuktikan pada Uji Parsial (Uji T) sebesar $0,956 < 2,045$ serta nilai Sig. $0,347 > 0,005$; (3) *customer trust* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Hal tersebut dibuktikan pada Uji Parsial (Uji T) sebesar $2,379 > 2,045$ serta nilai Sig. $0,024 < 0,05$.