

ABSTRAK

Industri *coffe shop* yang menyediakan adanya *food and beverages* di Kota Semarang kian diminati. Adanya perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang meningkat di Kota Semarang, berdampak pada sektor bisnis usaha *coffe shop* di mana para pelaku usaha bersaing untuk menciptakan desain tempat yang lebih modern dan lebih nyaman tanpa melepas kosnep kafe seperti tempat untuk bersantai dan menikmati kopi. Menjadi penting bagi pemilik usaha *coffee shop* terkhusus 9Typical untuk dapat memperthankan loyalitas pelanggan dengan memberikan adanya *experiential marketing*, *brand image*, dan *customer satisfaction* yang unggul untuk dapat bertahan di tengah persaingan bisnis.

Penelitian ini menggunakan konsumen reguler 9Typical Cafe Semarang, kemudian pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* dan memiliki beberapa kriteria. Sampal pada penelitian ini berjumlah 150 responden berumur lebih dari 17 tahun dan pernah berkunjung serta membeli di 9Typical minimal 2 (dua) kali dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Model (SEM)* dan diolah dengan *software* AMOS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand image*, *experiential marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*, *experiential marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta *customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Experiential Marketing, Brand Image, Customer Satisfaction, Loyalitas Pelanggan, 9Typical Semarang.*