

ABSTRAK

Perubahan perilaku konsumen terutama pada sektor makanan dan minuman sangatlah cepat. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh banyak faktor seperti trend dan budaya hingga pengalaman yang konsumen dapatkan saat mengonsumsi sebuah produk. Hal tersebut terus berkembang di setiap tahunnya dan terus membuat berkembangnya selera dan perilaku konsumen di pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk halal, kepuasan konsumen serta *experiential marketing* terhadap tingkat retensi konsumen pada Restoran Emados Shawarma Semarang. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah memiliki intensitas kunjungan diatas 2 kali dan melakukan kunjungan terakhir dibawah 60 hari. Jumlah sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan teknik *accidental sampling* yang dilakukan di restoran secara langsung. Pengumpulan data dihimpun dengan menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23 dan menggunakan teknik pengukuran skala likert.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kepuasan konsumen memberikan pengaruh positif signifikan terhadap tingkat retensi konsumen pada restoran tersebut, begitupula dengan *experiential marketing* turut memberikan pengaruh positif signifikan terhadap tingkat retensi konsumen. Pada variabel kualitas produk halal, tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat retensi konsumen di restoran Emados Shawarma Semarang. Secara simultan seluruh variabel independen memberikan pengaruh yang positif terhadap tingkat retensi konsumen dengan menunjukkan nilai koefisien R^2 sebesar 0,688.

Kata Kunci : *Kualitas Halal, Kepuasan Konsumen, Experiential Marketing, Retensi Konsumen, Restoran*