

ABSTRAK

Ryan Gavin Limpadarma (02011180004

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
*EXPERIENTIAL QUALITY, EXPERIENTIAL TRUST, EXPERIENTIAL
SATISFACATION* YANG MEMPENGARUHI *EXPERIENTIAL LOYALTY*
PADA PELANGGAN KENTUCKY FRIED CHICKEN DI SURABAYA**

(xv + 104halaman: 9 gambar, 32 tabel; 5 lampiran)

Perubahan gaya hidup cepat saji terlihat pada generasi *modern* yang disebut generasi milenial. Di-era ini, yang serba instan mulai masuk ke segala penjuru kehidupan. Di Surabaya generasi milenial memiliki suatu kegemaran atau *habit* yaitu cepat saji bila ada hal baru atau hal unik yang dibuat entah pada bagian makanan, pakaian, mainan, dan lainnya, yang termasuk bagian dari *lifestyle*. KFC adalah hal yang dikuratori dan dipilih dengan cermat berdasarkan kategori mereka untuk menunjukkan produk atau layanan mereka untuk anak muda dan keluarga modern di Surabaya.

Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Experiential quality, Experiential trust, Experiential satisfaction* yang mempengaruhi *Experiential loyalty*. dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah pengetahuan dalam bidang manajemen, terutama seberapa besar pengaruh yang dimiliki *Satisfaction* dalam meningkatkan *Experiential loyalty* yang kemudian akan meningkatkan pengunjung KFC Surabaya

Penelitian kasual dan metode kuantitatif akan di pakai pada penelitian ini dengan melakukan pengolahan data pada aplikasi AMOS versi 22.0. data akan di kumpulkan dengan melakukan penyebaran kuisioner terhadap 105 responden dengan karakteristik pria dan wanita berusia 18-60 tahun, berdomisili di Surabaya, serta minimal pernah mengunjungi KFC 2021. Market sebanyak 2 kali dalam 3 bulan terakhir.

Referensi: 61 (1990-2019).

ABSTRACT

Ryan Gavin Limpadarma (02011180004)

ANALISIS OF EXPERIENTIAL QUALITY, EXPERIENTIAL TRUST, EXPERIENTIAL SATISFACATION YANG MEMPENGARUHI EXPERIENTIAL LOYALTY PADA PELANGGAN KENTUCKY FRIED CHICKEN DI SURABAYA

(xv + 104 pages: 9 figure, 32 tabels; 5 attachments)

Rapid lifestyle changes are seen in the modern generation called the millennial generation. In this era, everything that is instantaneous begins to enter all corners of life. In Surabaya, the millennial generation has a hobby or habit, namely fast food when there are new or unique things made in the food, clothing, toys, and other parts, which are part of the lifestyle. KFC is curated and carefully selected based on their category to showcase their products or services for young people and modern families in Surabaya.

This study aims to analyze how the influence of experiential quality, experiential trust, and experiential satisfaction affect experiential loyalty. from this research is expected to be useful in increasing knowledge in the field of management, especially how much influence Satisfaction has in increasing experience loyalty which will then increase visitors to KFC Surabaya

Casual research and quantitative methods will be used in this study by processing data on the AMOS version 22.0 application. Data will be collected by distributing questionnaires to 105 respondents with male and female characteristics aged 18-60 years, domiciled in Surabaya, and at least visited KFC 2021. KFC 2 times in the last 3 months.

Reference: 61 (1990-2019).