

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING*, *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA CLEAR CAFÉ CANGGU

ABSTRAK

Clear Café Cangu merupakan sebuah café yang didirikan tahun 2019 yang berlokasi di jantung pusat Cangu yang beralamat di Jalan Pantai Batu Mejan, Cangu, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali.. Salah satu yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen Clear café Cangu dalam penelitian ini adalah *experiental marketing*, *brand image*, dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiental marketing* terhadap keputusan pembelian ulang, pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian ulang, dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ulang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang berkunjung ke Clear Café Cangu yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang telah ditentukan sesuai dengan keperluan penelitian. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan menggunakan teori dari Hair sehingga didapatkan sampel sejumlah 75 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara, serta dengan menyebarkan kuisioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi liner berganda. Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan SPSS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *experiental marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Clear café Cangu, *brand image* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Clear café Cangu, serta harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang konsumen pada Clear café Cangu.

Kata kunci: *experiental marketing*, *brand image*, harga, keputusan pembelian ulang