

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *EXPERIENTAL MARKETING*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL THE ROYAL PITA MAHA UBUD

Abstrak

Hotel adalah jenis akomodasi yang menggunakan seluruh atau sebagian bangunan untuk menyediakan layanan jasa penginapan, makan, dan minum serta fasilitas lain yang diperuntukkan untuk umum dan dikelola secara komersial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh *service quality*, *experiental marketing* dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan Hotel The Royal Pita Maha Ubud. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Hotel The Royal Pita Maha Ubud. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling* yang tergolong dalam jenis *non-probability sampling* yang tidak memberikan peluang sama dari setiap populasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality*, *experiental marketing* dan *brand image* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Hotel The Royal Pita Maha Ubud.

Kata Kunci: Service Quality, Experiental Marketing, Brand Image, Kepuasan Pelanggan

UNMAS DENPASAR