

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel yang menentukan peluang loyalitas konsumen Kafe Kolong Jember diantara variabel citra destinasi, suasana tempat dan *experiential marketing*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah berusia minimal 17 tahun dan minimal pembelian 2 kali. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini melalui kuesioner dan wawancara sedangkan sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini melalui jurnal ilmiah dan literatur. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi, suasana tempat dan *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Kafe Kolong Jember.

Kata kunci: Citra Destinasi, *Experiential Marketing*, Loyalitas Konsumen, Suasana Tempat

ABSTRACT

This study aims to analyze the variables that determine the opportunities for Kafe Kolong Jember consumer loyalty among the variables of the destination image, location and experiential marketing. This research is explanatory research which aims to determine the causal relationship between dependent and independent variables. The sampling technique used is the Purposive Sampling method, which is sampling with certain considerations. The consideration of sampling in this study is a minimum age of 17 years and a minimum purchase of 2 times. The data used in this study are primary data and secondary data. The primary data sources used in this study were through questionnaires and interviews while secondary data sources were used in this study through scientific journals and literature. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results showed that the destination image, location and experiential marketing had a significant effect on the consumer loyalty of Kafe Kolong Jember.

Keywords: *Destination Image, Experiential Marketing, Consumer Loyalty, Location*