

Pengaruh Social Media Marketing dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Home Bistro di Citra Garden

ABSTRAK

Abstract: *The purpose of this study is to determine the influence of social media marketing and experiential marketing on the repurchase intention of Home Bistro consumers at Citra Garden. The approach used in this research is quantitative. The questionnaire in this study used the Google form with a total of 180 respondents. The software used in analyzing data is SPSS 25. The sample technique used in this study is non probability sampling, purposive sampling. Hypothesis results show that: social media marketing significantly influences repurchase intention and experiential marketing significantly influences repurchase interest*

Keywords: *Social media marketing, experiential marketing, respurchase intention*

Abstrak: *Tujuan penelitian ini adalah guna mengetahui pengaruh social media marketing dan experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen Home Bistro di Citra Garden. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah kuantitatif. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan google form dengan jumlah 180 responden. Software yang digunakan dalam menganalisis data adalah SPSS 25. Tehnik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling, purposive sampling. Hasil hipotesis menunjukkan bahwa : social media marketing berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang dan experiential marketing berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang*

Kata kunci: *Social media marketing, experiential marketing, minat beli ulang*