

ABSTRAK

Bisnis kuliner di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat dan salah satu tempat kuliner yang banyak diminati anak muda adalah *cafe*. Di tengah persaingan yang ketat, pelaku usaha *cafe* harus mempertahankan apa yang menjadi daya tarik pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *experiential marketing* terhadap *revisit intention* baik secara langsung maupun tidak langsung di *cafe* kisah manis Jalan Sunda kota Bandung melalui variabel kepuasan pengunjung.

Metode penelitian yang digunakan oleh tim peneliti adalah metode kuantitatif *explanatory research* dan menggunakan metode *partial least square* dengan *software* SmartPLS 3.0. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan *sampling insidental* dan 150 responden.

Hasil penelitian menunjukkan *Experiential Marketing* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung. *Experiential Marketing* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention*. Kepuasan Pengunjung berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention*. *Experiential Marketing* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention* melalui kepuasan pengunjung.

Kata Kunci: *Experiential Marketing, Revisit Intention, Kepuasan Pengunjung*