

ABSTRAK

Ayunda Asna, 1820510016, Pengaruh *Emotional Marketing*, *Spiritual Marketing* dan *Customer Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Bank Jateng Cabang Syariah Kudus.

Customer satisfaction memberikan dampak yang positif terhadap keberlangsungan Bank Jateng Cabang Syariah Kudus, baik itu jangka pendek maupun jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *emotional marketing*, *spiritual marketing* dan *customer experience* terhadap *customer satisfaction* pada Bank Jateng Cabang Syariah Kudus.

Penelitian ini merupakan penelitian *field research* dengan metode kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah nasabah Bank Jateng Cabang Syariah Kudus, yang terpilih dengan menggunakan metode *sampling purposive* sebanyak 96 responden. Data penelitian diperoleh dengan menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Emotional marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. 2) *Spiritual marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. 3) *Customer experience* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Dengan demikian hasil penelitian memberikan kontribusi terhadap perkembangan penelitian dibidang *marketing* atau pemasaran.

Kata kunci : *Emotional Marketing*, *Spiritual Marketing*, *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction*