

Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen Go-Jek wilayah Depok = The effect of experiential marketing towards the satisfaction of Go-Jek's customer in Depok

Fiona Gateway, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482650&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen Go-Jek wilayah Depok dengan meneliti keseluruhan dimensi yang ada pada variabel experiential marketing yaitu dimensi sense, feel, think, dan relate terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui survei kuesioner terhadap 100 orang responden dengan rentang usia 19 tahun hingga 39 tahun yang pernah menggunakan layanan Go-Jek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa experiential marketing memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang signifikan dan berpengaruh secara simultan. Tetapi secara parsial hanya empat dimensi dari experiential marketing yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu dimensi , think, act, dan relate, sedangkan dimensi sense tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

.....The purpose of this study is to determine the effect of experiential marketing on Go-Jeks consumer satisfaction in Depok area by examining the overall dimensions of experiential marketing namely the dimensions of sense, feel, think, act, and relate towards customer satisfaction. This study uses a quantitative approach by collecting data through a questionnaire survey of 100 respondents aged 19 years to 39 years who have used the Go-Jek service.

The results show that experiential marketing has a simultaneous significant effect towards customer satisfaction. But partially only four sub-variables of experiential marketing have significant effects towards customer satisfaction. The subvariables are feel, think, act, and relate, while sense does not have a significant effect towards customer satisfaction.