

# ANALISIS *EXPERIENTAL MARKETING* PADA CV ADITAMA PERKASA KREASINDO DI YOGYAKARTA

Hasbi Ahmad Faruqi

## Abstrak

Eksperiental *Marketing* merupakan strategi pemasaran yang membuat pelanggan mendapatkan pengalaman dalam menggunakan suatu merek baik barang maupun jasa. Salah satu yang dilakukan perusahaan dalam kegiatan *Experiental Marketing* yaitu menciptakan ikatan yang kuat dengan konsumen dalam pembuatan suatu produk supaya konsumen memiliki pengalaman atau *experience* baru agar suatu produk itu sesuai dengan apa yang di harapkan oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan agar mengetahui analisis *Experiental Marketing* pada CV Aditama Perkasa Kreasindo di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode sampling jenis *purpose sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 80 responden ke konsumen CV Aditama Perkasa Kreasindo. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan analisis deskriptif kuantitatif dengan menghitung rata-rata menggunakan *Arithmetic Mean*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *experiental marketing* pada CV Aditama Perkasa Kreasindo masuk dalam kategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat variabel yang diteliti yaitu *Experiental Marketing* pada CV Aditama Perkasa Kreasindo di Yogyakarta terlaksana dengan baik.

**Kata Kunci:** *Eksperiental Marketing*

5/4 '23  


***ANALYSIS EXPERIENTIAL MARKETING OF CV ADITAMA PERKASA  
KREASINDO AT YOGYAKARTA***

***Hasbi Ahmad Faruqi***

***Abstract***

*Experiential Marketing is a marketing strategy that allows customers to gain experience in using a brand, both goods and services. One of the things that companies do in Experiential Marketing activities is to create strong bonds with consumers in making a product so that consumers have new experiences or experiences so that a product is in accordance with what consumers expect. This study aims to determine the Experiential Marketing analysis at CV Aditama Perkasa Kreasindo in Yogyakarta. The method used in sampling is a purposive sampling method by distributing questionnaires to 80 respondents to consumers of CV Aditama Perkasa Kreasindo. Methods of data analysis in this study using validity test, reliability test and quantitative descriptive analysis by calculating the average using the Arithmetic Mean. The results of this study indicate that the experiential marketing variable at CV Aditama Perkasa Kreasindo is in the agree category. So it can be concluded that the level of the variable under study, namely Experiential Marketing at CV Aditama Perkasa Kreasindo in Yogyakarta, was well implemented.*

***Keyword: Expriental Marketing***