

ANALISIS PENERAPAN EXPERIENTIAL MARKETING PADA GEMBIRA LOKA ZOO YOGYAKARTA

Bella Risma Safitri

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Gembira Loka Zoo Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan experiential marketing pada Gembira Loka Zoo Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah dengan mengumpulkan beberapa data kuesioner yang telah disebarluaskan pada pengunjung Gembira Loka Zoo pada bulan Juni 2023. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan uji validitas, reliabilitas, dan aritmetich mean untuk mencari nilai rata-rata. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Secara keseluruhan penerapan *experiential marketing* berdasarkan dimensi *Sense, Feel, think, act, relate* valid dan reliabel. Nilai rata-rata keseluruhan dimensi memperoleh nilai sebesar 4,19 yang artinya reponden menyatakan setuju bahwa penerapan *experiential marketing* sesuai dengan pengalaman yang mereka butuhkan saat berwisata di Gembira Loka Zoo Yogyakarta.

Kata Kunci: *Experiential Marketing, Analisis Deskriptif*

 13/10 '23

**AN ANALYSIS OF THE APPLICATION OF EXPERIENTIAL MARKETING
AT GEMBIRA LOKA ZOO YOGYAKARTA**

Bella Risma Safitri

Abstract

This research was conducted at Gembira Loka Zoo Yogyakarta. The purpose of this study was to determine the application of experiential marketing at Gembira Loka Zoo Yogyakarta. The method used in data collection is to collect some questionnaire data that has been distributed to visitors to the Gembira Loka zoo in June 2023. The analysis in this study used descriptive analysis with validity, reliability, and arithmetic mean tests to find the average value. The number of samples used in this study were 100 people. The results of this research analysis show that the overall application of experiential marketing based on the dimensions of Sense, Feel, think, act, relate is valid and reliable. The overall average value of the dimensions obtained a value of 4.19, which means that respondents agree that the application of experiential marketing is in accordance with the experience they need when traveling at the Gembira Loka Yogyakarta zoo.

Keywords: *Experiential Marketing, Descriptive Analysis*