

**ANALISIS *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
AILANI *FOOD*
(Studi Pada Ukm Abon Jamur Tlogomas)**

Miftakul afif
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
Email: iftaafif19@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi sudah mencapai tahap yang cukup efisien sehingga mampu mendominasi hampir seluruh sektor bisnis. Hampir semua kegiatan bisnis kini sudah memanfaatkan kemudahan dari akses internet dalam transaksi bisnisnya. Salah satunya adalah bisnis makanan yang telah menggunakan internet sebagai transaksi pembayaran maupun pemasaran. Adapun hasil dari wawancara/interview pada penelitian ini bahwa experiential marketing yang dilakukan oleh UKM Abon Jamur merupakan suatu pengalaman dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sejauh mana pelanggan merasa puas dengan experiential marketing UMK Abon Jamur

Sedangkan hasil analisis menggunakan matrik yaitu pada analisis matrik EFE (Ekternal factor Evaluation) memiliki skor bobot dari factor peluang dan ancaman yaitu memiliki jumlah 2,71. Matrik IFE (Internal Faktor Evaluation) memiliki skor bobot dari factor kekuatan dan kelemahan yaitu memiliki jumlah 2,77 dan yang menjadi penentu atau peramalan dalam perusahaan ekpriental marketing yang dilakukan yaitu dilihat dari matrik IE (Internal-Ekternal) dengan melihat bobot skor IFE dan EFE dengan penjelasan matrik IE hasil skor bobot IFE 2,77 di atas rata-rata 2,5 dan hasil skor bobot EFE 2,71 di atas rata-rata 2,5 maka kepuasan pelanggan berada pada angka **V** yang artinya menjaga dan mempertahankan penjualan produk.

Kata Kunci: *Experiential marketing dan kepuasan pelanggan.*

DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, Fransisca. 2007. "Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)" dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.2 No.1 April hal.1 – 8*.
- Ariesto, H. Sutopo. 2011. *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan NVIV*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Barmawi, Ma'aza K. 2012. "Pengaruh diskonfirmasi positif, kepuasan dan loyalitas terhadap informasi dari mulut ke mulut pengunjung taman kota di Surabaya" dalam *jurnal STIE Perbanas Surabaya*.
- David, F. R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Deliyanti, Oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Laks Bang PressIndo.
- Garbarino, E. Dan Johnson, M. 1999. "The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationship" dalam *Journal of Marketing, 63 : 70*.
- Hamzah, Amir. 2007. "Analisis Experiential Marketing, Emotional Branding dan Trust Terhadap Loyalitas Merek Mentari" dalam *jurnal Usahawan Hal. 22-28*.
- Handal, Nehemia S. 2010. "Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas" dalam *jurnal Manajemen Universitas Diponegoro*.
- Ikhwan, Fahri. 2011. *Experiential Marketing*. Bandung : ITB.
- Irawati, Susan. 2008. *Akuntansi Dasar 1 & 2*. Bandung : Pustaka.
- Kertajaya, Hermawan. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedua Belas*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1* Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kustini. 2007. "Penerapan Experiential Marketing" dalam *jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol. 7, No. 2. UPN "Veteran" Jawa Timur*.
- Musanto. Trisno. 2004. "Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pada CC. Sarana Media Advertising Surabaya" dalam *jurnal Manajemen dan Kewirusahaan Vol. 6 (2) : 123-136*
- Rahmawati, 2003. "Pengaruh Sense dan Feel dari Experiential Marketing pada Soto Gebrak" dalam *jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.3 No.2 Agustus hal.109 – 121*.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.CV.
- Sukardi. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Kompetensi dan Praktik*. PT. Bumi Jakarta.
- Suparyanto, Rosad W. 2015. *Manajemen pemasaran*. Bogor : In Media.
- Surianto, Agung dan Aisyah, Nurul. 2009. "Pengaruh Penerapan Experiential Marketing Strategik Terhadap Kepuasan" dalam *jurnal Logos Vol. 6, No. 2. Universitas Muhammadiyah Gresik*.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT.ANDI Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Andi.

- Wood, Ivonne. 2009. *Layanan Pelanggan: Cara Praktis, Murah dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo, Lili A. 2004. “Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Value, terhadap Loyalitas Café dan Resto di Kawasan Cihideung Lembang Bandung” dalam jurnal *Strategic Program Pendidikan Manajemen Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Wijayanti, Ari. 2008. “Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan” dalam jurnal *Program Studi Magister Manajemen. Universitas Diponegoro*.