

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
(A Research on Consumer Dealers PT.Agung Jaya Honda Tasikmalaya)**

By :

ILHAM AL AMIN

133402412

Under the guidance of :

Kartawan

Alfin Nur Fahmi Mufreni

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out and analyze Experiential Marketing, Consumer Attitudes and the Purchase Decision Process at PT. Agung Honda Jaya Dealers.

This study uses the method purposive sampling used to determine the effect of Experiential Marketing and consumer attitudes on the purchasing decision process is by using purposive sampling method. Technical analysis of data using Multiple Regression.

There is the influence of Experiential Marketing and Consumer Attitudes on the Purchase Decision Process at Dealers of PT. Agung Jaya Honda. Then it is suggested to the results of the responses given by consumers to the Dealer of PT. Agung Jaya Honda in Tasikmalaya to further enhance the Experiential Marketing and Consumer Attitudes towards the Purchasing Decision Process in the minds of consumers to be better and can improve the Purchasing Decision Process better so that it can be profitable for the company.

*Keyword : Experiential Marketing, consumer attitude, and the purchase decision
procces*

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Suatu Penelitian Pada Konsumen Dealer PT.Agung Jaya Honda Tasikmalaya)**

Oleh :

ILHAM AL AMIN

133402412

Dibawah Bimbingan :

Kartawan

Alfin Nur Fahmi Mufrein

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis *Experiential Marketing*, Sikap Konsumen dan Proses Keputusan Pembelian pada Dealer PT.Agung Honda Jaya.

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* dan sikap konsumen terhadap proses keputusan pembelian adalah dengan menggunakan metode penelitian purposive sampling. Teknis analisis data menggunakan Regresi Berganda.

Terdapat pengaruh *Experiential Marketing* dan Sikap Konsumen terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Dealer PT.Agung Jaya Honda. Maka disarankan terhadap hasil tanggapan yang diberikan konsumen pada Dealer PT.Agung Jaya Honda di Tasikmalaya untuk lebih meningkatkan *Experiential Marketing* dan Sikap Konsumen terhadap Proses Keputusan Pembelian dibenak konsumen menjadi lebih baik dan dapat meningkatkan Proses Keputusan Pembelian yang lebih baik sehingga dapat menguntungkan bagi perusahaan.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, Sikap Konsumen dan Proses Keputusan Pembelian