

Abstract

This study aims to dig deeper (exploring) *Marketing Experiential* factors in the competition NBL (National Basketball League). The data used in this study come from the primary data, ie data obtained through interviews in depth (depth interviews) with the informant. Target population is obtained by informants who never watched / watch NBL game in Surabaya, while the characteristics of the population is the spectators who have watched / watching the series a regular and championship series as a spectator who lives in Surabaya.

This study uses coding procedures. Coding procedure starts from the open coding followed by axial coding and selective coding ends with. To identify factors Experiential Marketing category at the NBL (National Basketball League) uses experiential marketing elements of the sense through the senses (eyes ears, nose, skin, tongue), feel (feeling), think (thought), act (action) and relate (link).

From the research results showed that applying the five NBL competition elements forming experiential marketing to create an unforgettable experience (memorable experience) both of sense experience, feel experience, experience think, act and relate experience experience. Sense of the experience factor, NBL competition stimulates the senses of the audience began to see the place so clean and spacious. Feel of the experience factor, NBL competition which creates moods and strong emotions of the audience. Starting from the exciting atmosphere that occurs in every game NBL. Think the experience factor of NBL competition which stimulates the audience to start thinking of seeing the creativity and discipline managers in the implementation of NBL competition. Of factors act to stimulate NBL competition experience where the audience to get involved or take part of an organizing the event as well as participate in games and experience of the factors which relate to the NBL competition where viewers have the opportunity to establish relationships or relationships with other spectators add.

Keyword : experiential marketing, sense, feel, think, act and relate

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam (mengeksplorasi) faktor-faktor *Experiential Marketing* pada kompetisi NBL (*National Basketball League*). Data yang digunakan di dalam penelitian ini bersumber dari data primer, yaitu data yang diperoleh melalui wawancara secara mendalam (*depth interview*) dengan informan.. Target populasi yang diperoleh adalah informan yang pernah menonton/menyaksikan pertandingan NBL di Surabaya, sedangkan karakteristik populasinya adalah penonton yang telah menyaksikan/menonton seri 1 reguler dan championship series sebagai penonton yang berdomisili di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan prosedur *coding*. Prosedur *coding* dimulai dari *open coding* diikuti *axial coding* dan diakhiri dengan *selective coding*. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor *Experiential Marketing* pada kompetisi NBL (*National Basketball League*) menggunakan elemen-elemen *experiential marketing* yakni *sense* melalui pancaindra: (mata telinga, hidung, kulit, lidah), *feel* (perasaan), *think* (pikiran), *act* (tindakan) dan *relate* (kaitan).

Dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Kompetisi NBL menerapkan kelima elemen pembentuk *experiential marketing* untuk menciptakan suatu pengalaman yang tidak terlupakan (*memorable experience*) baik dari *sense experience*, *feel experience*, *think experience*, *act experience* dan *relate experience*. Dari faktor *sense experience*, kompetisi NBL merangsang panca indera para penonton mulai dari melihat tempat yang begitu bersih dan luas. Dari faktor *feel experience*, kompetisi NBL yang menciptakan suasana hati dan emosi yang kuat para penonton. Mulai dari suasan seru yang terjadi pada setiap pertandingan NBL. Dari faktor *think experience* dimana kompetisi NBL merangsang penonton untuk berpikir mulai dari melihat adanya kreatifitas pengelola dan kedisiplinan pada penyelenggaraan kompetisi NBL. Dari faktor *act experience* dimana kompetisi NBL merangsang penonton untuk ikut terlibat atau ambil bagian dari sebuah penyelenggaraan acara seperti halnya ikut berpartisipasi dalam games dan dari faktor *relate experience* dimana pada kompetisi NBL dimana penonton memiliki kesempatan untuk menjalin hubungan atau menambah relasi dengan penonton lainnya.

Kata Kunci : *experiential marketing*, *sense*, *feel*, *think*, *act* dan *relate*