

## INTISARI

Pendekatan *experiential marketing* dinilai sangat efektif karena sejalan dengan perkembangan jaman dan teknologi, para pemasar lebih menekankan diferensiasi produk untuk membedakan produknya dengan produk kompetitor. Dengan adanya *experiential marketing*, pelanggan akan mampu membedakan produk dan jasa yang satu dengan lainnya karena mereka dapat merasakan dan memperoleh pengalaman secara langsung melalui lima pendekatan (*sense, feel, think, act, relate*).

*Experiential marketing* adalah suatu aktivitas untuk melakukan antisipasi, pengelolaan, dan pencapaian kepuasan pelanggan melalui proses pertukaran yang merupakan peristiwa-peristiwa pribadi yang terjadi sebagai tanggapan atas beberapa stimulus. Jika dilihat dari sisi pelanggan *experiential marketing* adalah apa yang dirasakan pelanggan dari peristiwa pribadi sebagai tanggapan atas beberapa stimulus yang diterima setelah mengunjungi Urgent Store. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam (mengeksplorasi) faktor-faktor *eksperiential marketing* pada Urgent Store.

Jenis penelitian yang digunakan adalah riset exploratory, yaitu penelitian untuk menggali lebih dalam mengenai *experiential marketing* yang diterapkan oleh Urgent Store Tunjungan Surabaya. *Experiential marketing* disini mencakup *sense, feel, think, act dan relate*.

Dari hasil penelitian ditemukan beragam faktor yang dapat dirasakan oleh pelanggan yang menimbulkan suatu pengalaman yang tak terlupakan, yang paling mendominasi adalah *sense*.

Kata kunci : experiential marketing, sense, feel, think, act, relate

## **ABSTRACT**

Experiential marketing approach is considered very effective because it is in line with the changing times and technology, marketers emphasize product differentiation to differentiate their product with competitors product. With the existence of experiential marketing, customers will be able to differentiate product and services with one another because they can experience and gain direct experience through the five approaches (sense, feel, think, act, relate).

Experiential marketing is an activity to anticipate, manage, and achieving customer satisfaction through a process of exchange that are personal events that occurred in response to some stimulus. If viewed from the customer side of experiential marketing is what is what is felt by customers of private events in response to some stimulus that is received after visiting the Urgent Store. Therefore this study aims to dig deeper (exploring) experiential marketing factors on Urgent Store.

Type of research is exploratory research, namely research to delve more deeply about the experiential marketing adopted by the Urgent Store Tunjungan Surabaya. Experiential marketing here involves a sense, feel, think, act, and relate.

From the research found a variety of factors that can be felt by customers who create an unforgettable experience, the most prevalent is the sense.

Keywords : experiential marketing, sense, feel, think, act, relate