

ABSTRAKSI

Seiring berkembangnya kesadaran masyarakat tentang kulit, keinginan untuk tetap memiliki kulit sehat dan terawat, industri perawatan kulit semakin berkembang dan memunculkan banyaknya tempat yang menawarkan layanan perawatan untuk kulit (<http://www.Conectique.com/>). Hal tersebut harus secara hati-hati dipilih oleh masyarakat metropolitan untuk merawat dan memperbaiki kesehatan kulit. *Experiential Marketing* akan menciptakan suatu kekuatan yang ampuh karena yang dijual bukan lagi sekedar produk atau jasa melainkan pengalaman-pengalaman yang tak terlupakan (*memorable experience*). Pengalaman-pengalaman inilah yang menjadi penentu kunci bagi kepuasan pelanggan dan loyalitas merek.

Kejelian Erha Clinic Surabaya memperhatikan *Experiential Marketing* yang juga memberikan "experience" kepada pelanggannya membuatnya lebih unggul daripada pesaing-pesaingnya. Elemen-elemen pengukurnya adalah *sense experience, feel experience, think experience, act experience, relate experience*. Untuk mendapatkan data primer, dilakukan melalui wawancara langsung secara mendalam (*depth interview*) terhadap responden berdasarkan pertanyaan-pertanyaan mengenai penerapan faktor-faktor *Experiential Marketing* pada Erha Clinic Surabaya dan responden yang berdomisili di

Surabaya. Adapun yang menjadi target populasi dalam penelitian ini adalah *member* Erha Clinic Surabaya yang telah merasakan layanan dan produk yang ditawarkan oleh Erha Clinic Surabaya sekurang-kurangnya 4 kali dan minimal 1 kali dalam 3 bulan, berdomisili di Surabaya dan memiliki pendidikan minimal SMU.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini, untuk faktor *sense experience* hampir semua aspek dapat dirasakan oleh *member*, faktor *feel experience* *member* merasa *enjoy* dan rileks ketika berada di Erha Clinic Surabaya, untuk faktor *think experience* *member* mempunyai persepsi bahwa Erha Clinic Surabaya menyediakan perawatan yang lengkap dan selalu *up to date*, untuk faktor *act experience* ditemukan bahwa *member* akan kembali mengunjungi Erha Clinic Surabaya setelah kunjungan pertamanya yang menyenangkan dan tak terlupakan, selain itu para *member* merasa lebih mudah untuk berinteraksi dengan kerabat bahkan orang lain karena manfaat yang diharapkan *member* dengan kedatangannya ke Erha Clinic Surabaya dapat tercapai, untuk faktor *relate experience* ditemukan bahwa hampir semua *member* dapat mensosialisasikan dirinya dengan *member* Erha Clinic Surabaya lainnya.