

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan penerapan *experiential marketing* oleh Happy Puppy Karaoke Keluarga di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan elemen *experiential marketing* yaitu: *sense, feel, think, act, dan relate*. Semua variabel tersebut digunakan untuk menggambarkan penerapan *experiential marketing* oleh Happy Puppy Karaoke Keluarga di Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah riset deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai *experiential marketing* yang diterapkan pada Happy Puppy Karaoke Keluarga di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik survei dengan membagikan kuesioner. Jenis data yang dipakai adalah data primer. Aras yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras interval. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah keluarga, pria atau wanita yang pernah mengunjungi Happy Puppy Karaoke Keluarga di Surabaya minimal dua kali dalam 6 bulan terakhir, berdomisili Surabaya, serta berpendidikan minimal SMU/ sederajat. Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 120 responden.

Kata kunci: *experiential marketing*, Happy Puppy Karoke Keluarga Surabaya