

ABSTRAK

Yulia Sari, Nim 3402150011. “Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Pembentukan *Word Of Mouth* (Suatu Studi pada CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M (Pembimbing I) dan Faizal Haris Eko Prabowo, SE., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Pembentukan *Word Of Mouth* (Suatu Studi pada CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana *Experiential Marketing* pada CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis ? 2) Bagaimana Pembentukan *Word Of Mouth* pada CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis ? 3) Bagaimana Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Pembentukan *Word Of Mouth* CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis ? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1) Pengaruh *Experiential Marketing* pada CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis. 2) Pengaruh Pembentukan *Word Of Mouth* pada CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis. 3) Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Pembentukan *Word Of Mouth* pada CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis verifikatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi *Rank Spearman*, Analisis Regresi Linear Sederhana, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis (Uji t).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* pada CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis dengan besarnya pengaruh 56,25% dan sisanya 43,75% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan CV. Jaya Perkasa Motor Ciamis mempertahankan *experiential marketing* atau pengalaman pemasaran konsumennya sehingga akan memperbaiki mengenai informasi *word of mouth* dimasyarakat sehingga memberikan kesan baik untuk konsumen yang datang ke dealer tersebut.

Kata kunci : *Experiential Marketing* dan *Word Of Mouth*.