

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT.DANAPAIN T JAKARTA, (STUDI KASUS DI MITRA 10 JAKARTA)

Almira Yusrina Idelle – 1200949521

ABSTRAK

Industri persaingan dalam bidang Cat saat ini bersaing dengan ketat dimana Dulux dan Nippon Paint adalah pesaing terbesar Danapaint. Untuk memenangkan persaingan tersebut adalah dengan menawarkan harga yang bersaing dengan distributor lain dengan harga yang pantas yang bertujuan akhirnya kepada keputusan pembelian dan serta membentuk Loyalitas Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dapat dibangun dengan Experiential Marketing. Hal ini menimbulkan pertanyaan “apa pengaruh harga dan experiential marketing terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan”. seperti dalam berbagai teori dan jurnal yang ada dan apakah hal tersebut juga berlaku di dalam industry Cat Danapaint Indonesia yang merupakan masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif . Dengan metode analisis yang digunakan berdasarkan tujuan penelitian adalah menggunakan Analisis Jalur (path analisis) dan korelasi Pearson, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas dan normalitas dengan menggunakan software SPSS 16 . Jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 100. Proses analisis yang dilakukan terhadap data penelitian yang diperoleh dari 100 responden. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa variable harga terhadap keputusan pembelian adalah 0,989 signifikan, variabel harga terhadap loyalitas pelanggan adalah 0,982 signifikan. Sedangkan Variabel experiential marketing terhadap keputusan pembelian tidak signifikan, variabel keputusan pembelian tidak signifikan dan experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan tidak signifikan.

Kata Kunci : Harga, Experiential Marketing, Keputusan Pembelian, Loyalitas Pelanggan