

INTISARI

Pemasaran sangat berperan penting dalam suatu perusahaan. Pemasaran yang dilakukan perusahaan dapat memberikan pengaruh positif pada persepsi konsumen terhadap sebuah produk dan tentunya pada perusahaan. Pemasaran yang baik dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan mendukung strategi global perusahaan, PT Amindoway Jaya melaksanakan strategi *experiential marketing*. *Experiential marketing* yang dilakukan oleh PT Amindoway Jaya berupa pembukaan Amway Flagship Store yang merupakan sebuah tempat untuk melakukan aktifitas-aktifitas seperti pembelian, konsultasi produk, demonstrasi produk, dan juga promosi-promosi produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pelaksanaan *experiential marketing* yang dilakukan oleh PT Amindoway Jaya sebagai perusahaan yang bergerak dibidang *multi level marketing*. Evaluasinya dilihat dari pelaksanaan strategi, hasil dari pelaksanaan strategi, dan juga tindak lanjut dari perusahaan terhadap strategi yang dilakukan.

Data dari penelitian ini merupakan data primer di mana data didapatkan langsung dari beberapa narasumber yang merupakan pihak dari manajerial dan juga konsumen. Pengambilan data bersifat kualitatif yaitu dengan cara mewawancarai narasumber secara langsung untuk mendapat pemahaman yang mendalam.

Pada penelitian ini diteliti pelaksanaan strategi *experiential marketing* di Amway Flagship Store. Pelaksanaan strategi ini dilihat dari tiga aspek yaitu produk, tempat, dan jasa. Ketiga aspek itu terus dikembangkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hal lain yang ditinjau adalah dari evaluasi pelaksanaan strategi yaitu dari tujuan pelaksanaan, efek baik, dan juga aspek kurang baiknya. Dari penelitian ini dikemukakan saran yang dapat dijadikan sebagai tindak lanjut dari pelaksanaan strategi *experiential marketing*. Perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dengan akan dibukanya AFS ditempat lain yang lebih menjangkau konsumen.

Kata kunci: *experiential marketing*, pemasaran, *multi level marketing*, strategi pemasaran

ABSTRACT

Marketing plays an important role in a company. Marketing in a company can give positive influence of a consumer perception with the product and also with the company. A good marketing can increase consumer loyalty to the company. To increase customer loyalty and support the company's global strategy, PT Amindoway Jaya implement experiential marketing strategy. Experiential marketing conducted by PT Amindoway Jaya in the form of the opening of Amway Flagship Store which is a place to perform activities such as shopping, product consultation, product demonstration, and also product promotions.

This study aims to evaluate the implementation of experiential marketing conducted by PT Amindoway Jaya as a company engaged in multi level marketing. Evaluation seen from the implementation of the strategy, the results of the implementation strategy, and also follow-up of the company against the strategy undertaken.

Data from this study is primary data where data obtained directly by some resource from managerial and consumer. Data collection using qualitative methode by interviewing the resource person directly to get a deep understanding.

This study investigated the implementation of experiential marketing strategy in Amway Flagship Store. Implementation of this strategy seen from three aspects, that is product, place, and services. These three aspects are continuously developed by the company to meet consumer needs. Another thing that is reviewed is the evaluation of the implementation of the strategy; that is the implementation of company objectives, good effects, and also the bad aspects. From this research suggested suggestions that can be used as follow-up of the implementation of experiential marketing strategy. The company is trying to meet the needs of consumers with the opening of AFS elsewhere that more reach by the consumers.

Keywords: *experiential marketing, marketing, multi level marketing, marketing strategy*