

ABSTRACT

Felix Orlando

03011200077

THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING, RELATIONSHIP MARKETING AND WORD OF MOUTH TOWARD CUSTOMER PURCHASE DECISION AT PT DODORINDO JAYA ABADI

PT Dodorindo Jaya Abadi is an accredited organization, first established in 1997. PT Dodorindo Jaya Abadi provides various Dodo brand baby products that are ISO 9002 certified, thereby producing products of international quality. The products offered by PT Dodorindo Jaya Abadi consists of feeding bottles, cups, soothers, nipples, cotton buds, accessories and breast pads. Each product also has various variants or variations that consumers can choose freely so that consumers who want to make a purchase have many choices.

The research population that will be used in the study is all consumers who have made a purchase at PT Dodorindo Jaya Abadi as much as 1.597. Because the total population used is 1.597 consumers, the population will be reduced using the Slovin sampling technique with a 90% confidence level and a 10% error rate is 94 respondents. The distribution of the questionnaires has passed the validity and reliability tests. The tested data also passed the normality test.

The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Data analysis descriptions that will be used are validity, reliability, classic assumptions in the form of normality testing, multicollinearity, and heteroscedasticity, multiple linear regression analysis, determination coefficient test, partial and simultaneous test.

The results of the study indicate that partially or simultaneously there is a positive and significant influence of experiential marketing, relationship marketing and word of mouth toward customer purchase decision at PT Dodorindo Jaya Abadi.

It can be suggested that PT Dodorindo Jaya Abadi is advised to be able to increase its service quality, food quality and store atmosphere in order to increase the purchase decision of consumer.

Keywords: Service Quality, Food Quality, Store Atmosphere, Purchase Decision

ABSTRAK

Felix Orlando
03011200077

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, RELATIONSHIP MARKETING DAN WORDS OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT DODORINDO JAYA ABADI

PT Dodorindo Jaya Abadi merupakan organisasi terakreditasi yang pertama kali didirikan pada tahun 1997. PT Dodorindo Jaya Abadi menyediakan berbagai produk bayi merek Dodo yang bersertifikat ISO 9002 sehingga menghasilkan produk dengan kualitas internasional. Produk yang ditawarkan oleh PT Dodorindo Jaya Abadi terdiri dari botol susu, gelas, empeng, dot, cotton bud, aksesoris dan bantalan payudara. Setiap produk juga mempunyai berbagai varian atau variasi yang dapat dipilih dengan bebas oleh konsumen sehingga konsumen yang ingin melakukan pembelian mempunyai banyak pilihan.

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada PT Dodorindo Jaya Abadi sebanyak 1.597. Karena jumlah populasi yang digunakan sebanyak 1.597 konsumen, maka populasi tersebut akan dikurangi dengan menggunakan teknik slovin sampling dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10% sebanyak 94 responden. Penyebaran kuesioner telah lolos uji validitas dan reliabilitas. Data yang diuji juga lolos uji normalitas.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Deskripsi analisis data yang akan digunakan meliputi validitas, reliabilitas, asumsi klasik berupa uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, serta uji parsial dan simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan experiential marketing, Relationship marketing dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada PT Dodorindo Jaya Abadi.

Dapat disarankan agar PT Dodorindo Jaya Abadi disarankan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas makanan dan atmosfir toko guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Suasana Toko,
Keputusan Pembelian**