

# **ANALISA PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP SIKAP KONSUMEN MOTOR YAMAHA PADA PT.LAKSANA KENCANA GEMILANG**

Melisa – 1000842025

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen dan penelitian kausal bertujuan untuk pengaruh *experiential marketing* terhadap sikap konsumen motor Yamaha pada PT.Laksana Kencana Gemilang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan studi kepustakaan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model fishbein dan regresi. Hasil penelitian menunjukkan sikap konsumen motor Yamaha adalah positif dan pengaruh Experiential Marketing terhadap sikap konsumen adalah signifikan sebesar 20,9%, sisanya 79,1% dipengaruhi variabel lain.

***Kata Kunci:*** *Experiential Marketing*, Sikap Konsumen, Model Fishbein