

**Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Keputusan
Memilih Kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang
(Studi pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Angkatan 2017)**

ABSTRAK

Oleh:

Yunita Retno Sari

Dosen Pembimbing:

Ratna Dwi Jayanti, SE.,MM

Penelitian ini dilatar belakangi oleh data peningkatan mahasiswa pada tiap tahunnya di kampus STIE PGRI Dewantara Jombang yang mengindikasikan fenomena perilaku konsumen dalam keputusan berkuliah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis *experiential marketing* terhadap keputusan memilih kuliah pada kampus STIE PGRI Dewantara Jombang. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang berkuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang di jadikan objek penelitian sebanyak 82 responden yang telah berkuliah di kampus STIE PGRI Dewantara Jombang dengan pengambilan data melalui kuesioner. Uji instrument menggunakan uji validitas dan realibilitas. Untuk analisis data menggunakan regresi linier berganda yang di perkuat dengan uji normalitas data, multikolinieritas, uji heterokidastisitas, uji autokorelasi, uji determinasi serta uji t. sedangkan untuk pengolahan data di analisis dengan alat bantu SPSS 21 untuk Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan pada variable *sense* (X1), *act* (X4), dan *relate* (X5) terhadap keputusan berkuliah (Y) di STIE PGRI Dewantara Jombang, dan berpengaruh tidak signifikan pada Variabel *feel* (X2), dan *think* (X3) terhadap keputusan berkuliah (Y) di STIE PGRI Dewantara Jombang.

Kata kunci : *Sense* (Panca Indra) , *Feel* (Perasaan), *Think* (Pikiran), *act* (Tindakan), *Relate* (Hubungan), dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research is motivated by data on the increase of students each year on the STIE PGRI Dewantara Jombang campus which indicates the phenomenon of consumer behavior in college decisions. The purpose of this research is to analyze experiential marketing on the choice of lecturing on the STIE PGRI Dewantara Jombang campus. The population in this study were students studying at STIE PGRI Dewantara Jombang. This research is a quantitative research. Samples were made as the object of research as many as 82 respondents who had lectured on the STIE PGRI Dewantara Jombang campus by taking data through a questionnaire. The instrument test uses the validity and reliability test. For data analysis using multiple linear regression strengthened with data normality test, multicollinearity, heterokidasticity test, autocorrelation test, determination test and t test. While data processing is analyzed with SPSS 21 tools for Windows.

The results showed that there was a significant influence on the variable sense (X1), act (X4), and relate (X5) to college decisions (Y) at STIE PGRI Dewantara Jombang, and had no significant effect on the variable feel (X2), and think (X3) towards college decision (Y) at STIE PGRI Dewantara Jombang.

Keywords: sense, feel , think, act, relate, and purchase decisions.