

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji *experiential marketing* terhadap keputusan pembelian pada skuter matik Yamaha Mio dealer Yamaha Agung Motor Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan 6 variabel yaitu *experiential marketing, sense, feel, think, act, relate*.

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dengan 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen dealer Yamaha Agung Motor Semarang. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, dan uji kelayakan model.

Berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel *sense, feel, think, act, relate* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari kelima variabel yang diteliti pengaruh paling besar dibandingkan dengan yang lain adalah variabel *feel*.

Kata kunci : Keputusan pembelian, *sense, feel, think, act* dan *relate*