

BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 *Extended Abstract*

Loyalitas pelanggan menjadi kunci penting dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis, khususnya di industri pengadaan barang dan jasa seperti PT Kansas Berkah Mandiri. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, *Experiential Marketing* hadir sebagai pendekatan yang menekankan penciptaan pengalaman emosional dan interaktif antara perusahaan dan pelanggan.

Tujuan dari studi ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Experiential Marketing* terhadap loyalitas pelanggan. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan aktif. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh dimensi *Experiential Marketing* — *sense, feel, think, act, dan relate* — berkontribusi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasakan pengalaman berkesan cenderung menunjukkan keterikatan yang lebih kuat dan kesediaan untuk melakukan pembelian ulang.

Secara akademis, studi ini memperkuat relevansi *Experiential Marketing* dalam strategi pemasaran digital. Dari sisi praktis, temuan ini dapat dimanfaatkan oleh manajemen PT Kansas Berkah Mandiri untuk merancang program pemasaran yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga membangun pengalaman yang bermakna bagi pelanggan.

1.2 Penjadwalan Kerja

Tabel 1.1 Penjadwalan Kerja

No	Deskripsi Kerja	November				Desember				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul																																
2	Acc judul																																
3	Pengerjaan BAB 1																																
4	Acc BAB 1 dan mulai pengerjaan BAB																																

No	Deskripsi Kerja	November				Desember				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
2																																	
5	Acc BAB 1 dan BAB 2, pengerjaan BAB 3																																
6	Acc BAB 3																																
7	Menyebarkan kuesioner																																
8	Olah data																																
9	Menyusun BAB 4-5																																
10	Menyusun jurnal																																
11	Review Jurnal																																
12	LOA																																

Penjadwalan kerja penelitian ini dimulai sejak bulan November dan berlangsung hingga bulan Juli. Pada bulan November, kegiatan dimulai dengan pengajuan judul tugas akhir pada minggu ketiga, dilanjutkan dengan proses acc judul dan pengerjaan BAB I. Desember diisi dengan penyelesaian BAB I dan dimulai penyusunan BAB II dan BAB III. Memasuki bulan Februari mulai menyebarkan kuesioner dalam waktu satu bulan. Seluruh bulan Maret digunakan untuk mengolah data yang telah diperoleh. Bulan Mei dimanfaatkan untuk menyusun BAB IV dan V serta naskah jurnal. Pada bulan Juni dilakukan review jurnal dan pengurusan Letter of Acceptance (LOA). Juli dijadikan sebagai waktu untuk finalisasi atau revisi tambahan yang diperlukan untuk kebutuhan jurnal.