

ABSTRAK

Penelitian tugas akhir ini berjudul “Analisis *Experiential Marketing* Produk LA DIFA Cookies Bandung” yang terdiri dari *sense, feel, think, act, dan relate* yang proses pelaksanaannya dilakukan dengan cukup baik. Kelima elemen tersebut dapat meningkatkan proses promosi dan penjualan kepada konsumen. Yang sangat menonjol baik dalam produk LA DIFA dari ke lima elemen tersebut adalah *sense* (rasa), hal ini dapat dikatakan karena dari wawancara terhadap konsumen banyak yang memberikan kesan pertama yang sangat baik karena konsumen merasakan kue yang terasa nikmat saat dikonsumsi dan dapat menyentuh emosi konsumen melalui pengalaman pertama, sehingga menyebabkan konsumen ingin mengonsumsi kembali kue LA DIFA. Hambatan-hambatan pada produk LA DIFA dalam segi harga dan segi promosi yang kurang pas untuk diterima oleh para konsumen, dalam segi harga LA DIFA mematok harga tinggi untuk penjualan satu toples kue dan dalam segi pemasaran sangat kurang untuk mempromosikan kue LA DIFA kepada para konsumen, yang menyebabkan kurangnya informasi tentang produk LA DIFA itu sendiri dan menyebabkan susah bagi konsumen untuk membeli kembali kue tersebut. Masalah yang ada dalam LA DIFA sangat berkaitan dengan kelima elemen tersebut yaitu *think* dan *act*.

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

ABSTRACT

This thesis research entitled "Analysis of Experiential Marketing Product LA DIFA Cookies Bandung" which consists of sense, feel, think, act, and relate that the implementation process done pretty well. These five elements can improve the process of promotion and sales to consumers. What is very prominent in the LA DIFA product of the five elements is the sense, this can be said because of the many consumer interviews that give a very good first impression because consumers feel the cake that tastes delicious when consumed and can touch consumer emotions Through the first experience, causing consumers to want to re-consume LA DIFA cake. The obstacles to LA DIFA's products in terms of price and promotional aspects that are less fit to be accepted by consumers, in terms of price LA DIFA fix high prices for the sale of a cookie jar and in terms of marketing is very less to promote LA DIFA cake to consumers, Which led to a lack of information about LA DIFA's own products and caused the consumer difficulty to buy back the cake. The problems that exist in LA DIFA are closely related to the five elements of think and act.

Keywords: sense, feel, think, act, and relate