

PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING*, *E-SERVICE QUALITY* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE* LAZADA DI KOTA DENPASAR

Abstrak

Perkembangan zaman pada era globalisasi saat ini, membuat perkembangan teknologi semakin canggih. Salah satunya adalah untuk menjalankan usaha melalui media elektronik. Semenjak tahun 2020 trend digital marketing mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan digital marketing menyebabkan terjadinya peningkatan nilai transaksi *e-commerce* atau perdagangan elektronik. *E-commerce* adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *experiental marketing* konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *e-commerce* Lazada di Kota Denpasar, untuk mengetahui apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *e-commerce* Lazada di Kota Denpasar, untuk mengetahui apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *e-commerce* Lazada di Kota Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Denpasar. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat Analisa yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji simultan (uji F), dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiental marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Lazada di Kota Denpasar. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Lazada di Kota Denpasar. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* di Kota Denpasar. Saran bagi penelitian selanjutnya untuk dapat menambah jumlah sampel penelitian, serta memperluas wilayah penelitian, misalnya dengan melakukan penelitian pada konsumen Lazada di seluruh Bali sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan untuk lingkup yang lebih luas.

Kata kunci: *Experiental marketing*, *e-service quality*, *electronic word of mouth*, keputusan pembelian.