

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, EXPERIENTIAL
MARKETING DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
JASA SERVIS DI PT. ALFA SCORPII
MEDAN**

Rysanto¹ Stevi Wennoto²
Program Studi Management
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia

Abstrak

PT. Alfa Scorpii telah beroperasi dalam bisnis otomotif selama lebih dari tiga dekade sebagai dealer utama sepeda motor Yamaha di empat provinsi: Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), Sumatera Utara, Riau Daratan, dan Riau Kepulauan. Selain menjual produk, perusahaan juga menyediakan layanan servis untuk pelanggannya. Namun, permintaan untuk layanan servis dari perusahaan ini terus menurun setiap tahun. Saat ini, banyak konsumen lebih memilih untuk melakukan servis di tempat lain daripada di perusahaan tersebut. Beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan ini termasuk kualitas pelayanan, experiential marketing, dan kepercayaan. Penelitian ini akan melibatkan seluruh konsumen yang menggunakan layanan servis perusahaan selama tahun 2023, yang berjumlah 19.259 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan margin error 10%, sehingga diperoleh 100 sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, experiential marketing, dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian layanan servis di PT. Alfa Scorpii Medan. Secara keseluruhan, ketiga faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian layanan servis di PT. Alfa Scorpii Medan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Experiential Marketing, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian