

## ABSTRACT

This study is expected to be able to determine the effect of experiential marketing and the Instagram ads platform on consumer purchasing decisions at the Yakini.id Krian Sidoarjo café. Researchers in this study used a sample of consumers who visited the Yakini.id Krian Sidoarjo café. The sampling technique uses nonprobability sampling with the incidental sampling technique method. In this study, the data analysis techniques used were validity test, reliability test, classical assumption test, t test, and f test. In the research, the results show that experiential marketing and the Instagram ads platform partially influence consumer purchasing decisions at the Yakini.id Krian Sidoarjo café. Experiential marketing and Instagram ads platform simultaneously influence consumer purchasing decisions at the Yakini.id Krian Sidoarjo café. With the results of these studies states that hypothesis testing can be accepted. To increase consumer decisions to buy products from the Yakini.id cafe, it is necessary to increase experimental marketing such as place design, comfort of the place and adding various menu variants and unique products, as well as the use of advertisements on Instagram which are done more frequently because many young people prefer to use Instagram to see an advertisement for the desired product.

**Keywords:** experiential marketing, Instagram ads platform, purchase decision

## ABSTRAK

Penelitian ini diharapkan mampu mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan platform iklan instagram ads terhadap keputusan pembelian konsumen di café Yakini.id Krian Sidoarjo. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan sampel konsumen yang berkunjung di café Yakini.id Krian Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode teknik *incidental sampling*. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji f. Pada penelitian diperoleh hasil, *experiential marketing* dan platform iklan instagram ads secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di café Yakini.id Krian Sidoarjo. *experiential marketing* dan platform iklan instagram ads secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di café Yakini.id Krian Sidoarjo. Dengan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pengujian hipotesis dapat diterima. Untuk meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk dari café Yakini.id diperlukan peningkatan *experiential marketing* seperti desain tempat, kenyamanan tempat dan menambahkan berbagai varian menu serta produk yang unik, serta penggunaan iklan di instagram yang dilakukan lebih sering karena banyak anak muda yang lebih senang menggunakan instagram untuk melihat sebuah iklan produk yang diinginkan.

**Kata kunci:** *experiential marketing*, platform illan instagram ads, keputusan pembelian.