

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *TOURIST SATISFACTION* PADA OBJEK WISATA
DI KABUPATEN PESISIR SELATAN
(STUDI KASUS PARIWISATA DI PANTAI CAROCOK DAN KAWASAN
WISATA MANDEH)**

PROPOSAL TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Vidella Juwanda

1171001038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA TAHUN 2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip
maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Vidella Juwanda

NIM : 11710011001038

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Vidella Juwanda', written over a light gray grid background.

Tanggal : 16 Januari 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh

Nama : Vidella Juwanda

NIM : 1171001038

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Revisit Intention* Melalui *Tourist Satisfaction* Pada Objek Wisata Di Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pariwisata Di Pantai Carocok Dan Kawasan Wisata Mandeh)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.

()

Penguji I : Holila Hatta, S.Pd., M.M

()

Penguji II : Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc, MBA, Ph.D.

(
Muchsin)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17-Maret-2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir dengan judul “ Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction* pada objek wisata di Kabupaten Pesisir Selatan (studi kasus pada wisatawan yang telah mengunjungi objek wisata Pantai Carocok dan Kawasan Wisata Mandeh). Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam proses menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yakni Ayah dan Bunda serta keluarga besar yang tidak henti-hentinya memberika dukungan baik moral maupun materil kepada penulis, serta selalu mendoakan dan mendukung semua keputusan yang penulis ambil sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M, selaku dosen penguji 1 yang telah berkenan menjadi pembahas serta memberikan masukan kepada penulis segingga dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini.
4. Segenap jajaran dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Teman-teman Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Bakrie (HMM-UB) periode 2018/2019 dan SENAT Mahasiswa Universitas

Bakrie periode 2019/2020 yang telah memberikan pengalaman yang bermanfaat dan mau berbagi pengalaman selama masa perkuliahan.

6. Lucas, Lee Taeyong, Jung Jaehyun, Kim Jungwoo, Yuta, Baekhyun, Mark, Ten dan Le Doyoung, yang secara tidak langsung telah memberikan semangat dan keceriaan kepada penulis, sehingga penulis dapat melalui masa-masa sulit saat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. khairunnisa, Vinna, Cipa, Sulastri, dan Abik, yang telah menambah sedikit beban moral kepada penulis, namun sekaligus telah menemani, mendukung dan mendengarkan keluh kesah penulis serta mendoakan penulis, dari awal hingga akhir proses penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Fany Kurnia Azi yang selalu sabar dan menemani penulis selama masa perkuliahan, Latifah, Hannifah, Gita serta teman-teman semasa perkuliahan di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu yang mewarnai hidup penulis selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi penelitian berikutnya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 08 Desember 2020



Vidella Juwanda

ABSTRAK

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *REVISIT INTENTION*
MELALUI *TOURIST SATISFACTION* PADA OBJEK WISATA DI KABUPATEN
PESISIR SELATAN
(STUDI KASUS PARIWISATA DI PANTAI CAROCOK DAN KAWASAN WISATA
MANDEH)
vidella juwanda**

Seiring berkembangnya zaman, pola kehidupan masyarakat juga ikut berubah. Semakin banyak masyarakat yang telah peduli akan kebutuhan lahiriah mereka, yakni seperti mendapatkan kesenangan dengan melakukan liburan. Sejalan dengan hal tersebut pertumbuhan industri pariwisata juga mengalami peningkatan, dan berdampak positif terhadap pertumbuhan dari kunjungan wisatawan. Namun, hal tersebut tidak terjadi pada objek wisata yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan yang memiliki banyak tempat objek wisata, setiap tahunnya kunjungan wisatawan tidak stabil. Maka dari itu tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari penerapan *experiential marketing* terhadap minat kunjungan ulang atau *revisit intention* yang dilihat melalui kepuasan pengunjung (*tourist satisfaction*) dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Pesisir Selatan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 102 orang. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25. Teknik analisa data menggunakan analisa jalur (*Path analysis*). Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *tourist satisfaction*, *tourist satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* dan *tourist satisfaction* berhasil memediasi pengaruh *experiential marketing* terhadap *revisit intention* secara positif dan signifikan.

Kata kunci : *Experiential marketing, Tourist satisfaction, Revisit intention.*

ABSTRACT

**THE EFFECT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON REVISIT INTENTION
THROUGH TOURIST SATISFACTION ON TOURISM OBJECTS IN SELATAN
PESISIR DISTRICT
(CASE STUDY OF TOURISM AT CAROCOK BEACH AND MANDEH WISATA
AREA)**

vidella juwanda

As the times evolved, the pattern of people's lives has also changed. More and more people have cared about their outward needs, such as getting pleasure from taking vacations. In line with this, the growth of the tourism industry has also increased, and has had a positive impact on the growth of tourist arrivals. However, this does not happen to tourist objects in Pesisir Selatan Regency which have many tourist attractions, every year tourist visits are unstable. Therefore, the purpose of this research is to find out how the effect of the application of experiential marketing on revisit intention seen through tourist satisfaction in an effort to increase the number of tourist visits visiting tourist objects in Pesisir Selatan Regency.

In this study the authors used quantitative research methods. The data used are primary data and secondary data. Sampling using purposive sampling technique with a total of 102 respondents. The analytical tool in this study uses the help of SPSS version 25. The data analysis technique uses path analysis. From this research it can be seen that experiential marketing has a positive and significant effect on tourist satisfaction, tourist satisfaction has a positive and significant effect on revisit intention and tourist satisfaction has succeeded in mediating the effect of experiential marketing on revisit intention in a positive and significant way.

Keywords: Experiential marketing, Tourist satisfaction, Revisit intention.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vidella Juwanda
NIM : 1171001038
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Revisit Intention* melalui *Tourist Satisfaction* pada objek wisata di Kabupaten Pesisir Selatan
(studi kasus pada wisatawan yang telah mengunjungi objek wisata Pantai Carocok dan Kawasan Wisata Mandeh).**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 Maret 2021

Yang Menyatakan



(Vidella Juwanda)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Pembatasan Masalah	13
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Teori.....	15
2.1.1 Revisit Intention	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	18
2.1.3 Minat Beli	19
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.5 Experiential Marketing	26
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pikir	32

2.4	Perumusan Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel	36
3.3	Waktu dan Tempat Penelitian.....	38
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4.1	Sumber Data.....	38
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.6	Metode Analisis Data.....	45
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.7.1	Uji Validitas	45
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.8	Analisis Deskriptif	47
3.9	Uji Asumsi Klasik	47
3.9.1	Uji Normalitas	47
3.9.2	Uji Multikolonieritas	47
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.9.4	Uji Linearitas.....	48
3.10	Teknik Analisis Data <i>Path Analysis</i>	49
3.11	Uji Hipotesis	51
3.11.1	Uji t	51

3.12 Uji Mediasi	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1 <i>Pre-Test</i> Kuesioner.....	53
4.1.1 Uji Validitas	53
4.1.2 Uji Reliabilitas	56
4.2 Statistik Deskriptif Karakteristik Responden	57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	60
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Objek Wisata yang Pernah Dikunjungi	61
4.3 Statistik Deskriptif Variabel.....	62
4.3.1 Analisa Deskriptif Dimensi <i>Experiential Marketing</i> (X).....	63
4.3.2 Analisa Deskriptif Dimensi <i>Tourist Satisfaction</i> (M).....	66
4.3.3 Analisa Deskriptif Dimensi <i>Revisit Intention</i> (Y)	67
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.4.1 Uji Normalitas	68
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	69
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.4.3 Uji Linearitas	71
4.5 Hasil Analisis Data	72
4.5.1 Analisa Jalur (<i>Path analysis</i>)	72
4.6 Pembahasan.....	84

4.6.1 H1 : <i>Experiential Marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Tourist Satisfaction</i> pada objek wisata Kabupaten Pesisir Selatan.....	84
4.6.2 H2 : <i>Tourist satisfaction</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>revisit intention</i> pada wisatawan objek wisata yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan.	86
4.6.3 H3 : <i>Tourist Satisfaction</i> berhasil memediasi pengaruh hubungan <i>experiential marketing</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> pada wisatawan objek wisata yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan.	87
4.7 Implikasi Manajerial	90
4.7.1 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Tourist Satisfaction</i>	90
4.7.2 Pengaruh <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	91
4.7.3 Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui <i>Tourist Satisfaction</i>	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	95
5.3 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	100
a. Jurnal	100
b. Website	108
c. Buku	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	111
Lampiran 2 : Karakteristik Responden	129
Lampiran 3 : Analisis Deskriptif Variabel	130

Lampiran 4 : Hasil Uji Pre-test kuesioner	132
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik	134
Lampiran 6 : Hasil Uji Path Analisis	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisata 2018	2
Tabel 1. 2 Jumlah Objek Wisata Kabupaten Pesisir Selatan.....	4
Tabel 1. 3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Tahun 2010-2019	11
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Penelitian.....	40
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas <i>Experiential Marketing</i>	53
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas <i>Tourist Satisfaction</i>	54
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas <i>Revisit Intention</i>	55
Tabel 4. 4 <i>Pre-test Kuesioner</i> Uji Realiabilitas	56
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Usia.....	58
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Pekerjaan	59
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Domisili	60
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Objek Wisata.....	62
Tabel 4. 10 Deskriptif Rentang Jawaban Responden	63
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel <i>Experiential Marketing</i>	64
Tabel 4. 12 Deskriptif Dimensi <i>Tourist Satisfaction</i>	66
Tabel 4. 13 Analisa Deskriptif Dimensi <i>Revisit Intention</i>	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas	70

Tabel 4. 17 Hasil Uji Linearitas.....	71
Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Determinasi R²	75
Tabel 4. 19 Hasil regresi <i>experiential marketing</i> terhadap <i>tourist satisfaction</i> ...	76
Tabel 4. 20 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Z dan Y	78
Tabel 4. 21 Hasil Regresi <i>Tourist Satisfaction</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penyerahan Penghargaan <i>The Best Achievement</i> Peduli Wisata Award 2020.....	5
Gambar 1. 2 Postingan Pada Instagram @pecintaalamminang.....	6
Gambar 1. 3 Pembangunan Prasarana Pada Pantai Carocok	8
Gambar 1. 4 Kawasan Wisata Mandeh.....	9
Gambar 1. 5 mesjid kawasan mandeh.....	10
Gambar 1. 6.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir	32
Gambar 4. 1 Desain analisa jalur.....	73
Gambar 4. 2 Persamaan Sub-Struktural I.....	74
Gambar 4. 3 Model Persamaan Jalur HI	75
Gambar 4. 4 Model Persamaan Sub-Struktur II	78
Gambar 4. 5 Model Persamaan HII	79