

ABSTRAK

Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Kawasan Objek Wisata Ngalau Indah Kota Payakumbuh

Oleh: Deka Surya Malta

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *sense, feel, think* dan *act* terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Ngalau Indah Kota Payakumbuh. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan kawasan objek wisata Ngalau Indah. Dengan menggunakan rumus William G. Cochran, maka terpilihlah ukuran sampel sebanyak 100 orang, yang kemudian dilakukan penarikan sampel berdasarkan menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 16.00.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi berganda menunjukkan bahwa variabel *sense, feel, think* dan *act* berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Ngalau Indah.