

ABSTRAK

AGUNG SYAPUTRA,1307118/2013 Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pulau Belibis Di Kota Solok

Pembimbing I : Dr. Susi Evanita, M.S

Pembimbing II: Whyosi Septrizola, SE, MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *sense* terhadap minat kunjung ulang. (2) Pengaruh *feel* manfaat terhadap minat kunjung ulang. (3) Pengaruh *think* terhadap minat kunjung ulang. (4) Pengaruh *act* terhadap minat kunjung ulang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kausatif. Sampel pada penelitian ini adalah wisatawan objek wisata pulau belibis. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 380 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Sense* berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang, dibuktikan dari nilai t hitung besar dari t tabel, signifikansi kecil dari *alpha* dan koefisien regresi mempunyai nilai positif; (2) *Feel* berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang, dibuktikan dari nilai t hitung besar dari t tabel, signifikansi kecil dari *alpha* dan koefisien regresi mempunyai nilai positif; (3) *Think* penggunaan berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang, dibuktikan dari nilai t hitung besar dari t tabel, signifikansi kecil dari *alpha* dan koefisien regresi mempunyai nilai positif; (4) *Act* berpengaruh negatif terhadap minat kunjung ulang, dibuktikan dari nilai t hitung kecil dari t tabel, signifikansi kecil dari *alpha* dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif.

Kata kunci: *Sense, Feel, Think, Act, Minat Kunjung Ulang*