

ABSTRAK

Lia Gustina, (2013/1303586) : Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Air Manis Di Kota Padang

**Pembimbing : I. Prof, Dr, Yasri, MS
II. Yunita Engriani, SE, MM**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis : (1) Pengaruh *sense* terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada obyek wisata Pantai Air Manis di kota Padang, (2) Pengaruh *feel* terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada obyek wisata Pantai Air Manis di kota Padang (3) Pengaruh *think* terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada obyek wisata Pantai Air Manis di kota Padang (4) Pengaruh *act* terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada obyek wisata Pantai Air Manis di kota Padang.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah mengunjungi obyek wisata Pantai Air Manis di kota Padang. Sedangkan jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel sebesar 100 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang terpilih. Penelitian ini memiliki dua kategori variabel. Pertama adalah variabel *independent* yaitu *sense, feel, think, dan act*. Kedua variabel *dependent* yaitu minat kunjung ulang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif melalui analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Sense* berpengaruh signifikan sebesar 0.175 terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada obyek wisata Pantai Air Manis di kota Padang, (2) *Feel* berpengaruh signifikan sebesar 0.198 terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada obyek wisata Pantai Air Manis di kota Padang, (3) *Think* berpengaruh signifikan sebesar 0.258 terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada obyek wisata Pantai Air Manis di kota Padang, (4) *Act* berpengaruh signifikan sebesar 0.414 terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada obyek wisata Pantai Air Manis di kota Padang.

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