

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Kawasan Objek Wisata Lembah Harau Kab Lima Puluh Kota.**

**Oleh : Nuzulia Mustika Dhani/2014**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh *sense* terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Lembah Harau Kab. Lima Puluh Kota, (2) pengaruh *feel* terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Lembah Harau Kab. Lima Puluh Kota, (3) pengaruh *think* terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Lembah Harau Kab. Lima Puluh Kota, (4) pengaruh *act* terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Lembah Harau Kab. Lima Puluh Kota.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif, yang menjelaskan dan menggambarkan tentang *Experiential Marketing* terhadap terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. Peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Accidental sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan angket penelitian. Teknik analisis data adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Data yang telah terkumpul tersebut lalu dianalisis secara statistik dengan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 16.0. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji F dan uji t (t-test).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *sense* berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Lembah Harau Kab. Lima Puluh Kota, (2) *feel* berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Lembah Harau Kab. Lima Puluh Kota, (3) *think* berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Lembah Harau Kab. Lima Puluh Kota, (4) *act* berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan kawasan objek wisata Lembah Harau Kab. Lima Puluh Kota.