

***EXPERIENTIAL QUALITY, EXPERIENTIAL VALUE, IMAGE  
TERHADAP EXPERIENTIAL SATISFACTION DAN  
REVISIT INTENTION PADA KOLAM RENANG  
ABG LUBUK MINTURUN***

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelara Sarjana Ekonomi ( Strata 1) Pada  
Program Studi Manajemen*



**OLEH :**

**HERRU SUGANDI**  
**2017 / 17059167**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

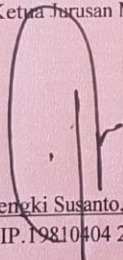
*EXPERIENTIAL QUALITY, EXPERIENTIAL VALUE, IMAGE TERHADAP  
EXPERIENTIAL SATISFACTION DAN REVISIT INTENTION PADA  
KOLAM RENANG ABG LUBUK MINTURUN*

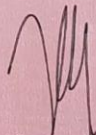
Nama : Herru Sugandi  
NIM/TM : 17059167/2017  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Padang, 02 Februasri 2022

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Disetujui Oleh:  
Pembimbing

  
Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D  
NIP.19810404 200501 1 002

  
Vidyarini Dwita, SE, MM, Ph.D  
NIP.19760113 200801 2 007

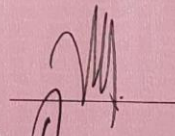
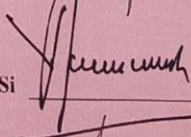
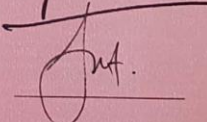
**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

*Dinyatakan LULUS Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang*

**EXPERIENTIAL QUALITY, EXPERIENTIAL VALUE, IMAGE TERHADAP  
EXPERIENTIAL SATISFACTION DAN REVISIT INTENTION PADA  
KOLAM RENANG ABG LUBUK MINTURUN**

Nama : Herru Sugandi  
NIM/TM : 17059167/2017  
Jurusan : Manajemen  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi

Padang, 06 Juni 2022

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Pembimbing	Vidyarini Dwita, SE, MM, Ph.D	
2.	Penguji 1	Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si	
3.	Penguji 2	Yunita Engriani, SE, MM	

#### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Herru Sugandi  
NIM/ TM : 17059167/2017  
Tempat/Tanggal Lahir : Solok/ 2 Juli 1998  
Jurusan : Manajemen  
Keahlian : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Kampung Tanjung, Kampung Dalam ,Padang Pariaman  
,Padang  
No. HP/ Telephone : 08126819254  
Judul Skripsi : 08126819254

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditandatangani **Asli** oleh pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini,, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Juli 2022

Penulis



Herru Sugandi  
NIM. 17059167

## ABSTRAK

**Herru Sugandi** : *Experiential Quality, Experiential Value, Image Terhadap Experiential Satisfaction Dan Revisit Intention Pada Kolam Renang ABG Lubuk Minturun*  
(2017/17059167)

**Dosen Pembimbing** : **Vidyarini Dwita, S.E, M.M, Ph.D**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana pengaruh *experiential quality*, *experiential value* dan *image* dalam meningkatkan *experiential satisfaction* dan *revisit intention* pada Kolam Renang ABG Lubuk Minturun. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah mengunjungi Kolam Renang ABG Lubuk Minturun yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu pengunjung yang pernah datang ke Kolam Renang ABG Lubuk Minturun yang berjumlah 170 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM menggunakan smart PLS3. Hasil dari penelitian adalah (1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara *experiential quality* dengan *experiential satisfaction*. (2) Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *experiential value* dengan *experiential satisfaction*. (3) Terdapat pengaruh yang signifikan serta positif antara *image* dengan *experiential satisfaction*. (4) Terdapat pengaruh yang signifikan serta positif antara *experiential satisfaction* dengan *revisit intention*. (5) Terdapat pengaruh yang signifikan serta positif antara *experiential quality* dengan *revisit intention*. (6) Terdapat pengaruh yang signifikan serta positif antara *experiential value* dengan *revisit intention*. (7) Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *image* dengan *revisit intention*. (8) Terdapat pengaruh tidak langsung dan signifikan antara *experiential quality* terhadap *revisit intention* melalui *experiential satisfaction*. (9) Tidak terdapat pengaruh mediasi signifikan antara *experiential value* terhadap *revisit intention* melalui *experiential satisfaction*. (10) Terdapat pengaruh tidak langsung dan signifikan antara *image* terhadap *revisit intention* melalui *experiential satisfaction*.

**Kata Kunci:** *Revisit Intention, experiential quality, experiential value, image dan experiential satisfaction.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul *Experiential Quality, Experiential Value, Image Terhadap Revisit Intention Pada Kolam Renang ABG Lubuk Minturun*, dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Dalam penelitian skripsi ini, telah banyak bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada:

1. Kedua orang tua, Ayah Jamalis Tanjung dan Mama Ummi Marni yang telah memberikan dukungan moral dan material serta doa demi kelancaran penulisan skripsi ini.
2. Ibu Vidyarini Dwita, S.E, M.M, Ph.D selaku Dosen Pembimbing dalam penelitian ini yang telah memberikan wawasan dan bantuan selama proses penulisan skripsi hingga selesai.
3. Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, M.Si selaku Dosen penguji 1 dan Yunita Engriani, SE, MM selaku Dosen penguji 2, yang telah memberikan banyak masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Perengki Susanto, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

6. Seluruh dosen dan staff jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memebrikan banyak ilmu, nasehat dan bimbingan selama proses perkuliahan.
7. Bapak Joko wistopo selaku Manager Kolam Renang ABG lubuk Minturun ,Padang , yang telah membantu dan membimbing selama proses penelitian di perusahaan.
8. Abang kandung, Benny Ibrahim,M Agung Gunawan, yang selalu mendukung dan memberikan dorongan dan doa demi kelancaran penulisan skripsi ini.
9. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, namun telah memberikan banyak dukungan atas penyelesaian skripsi ini.

Kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT, maka dengan kerendahan hati disadari bahwa apa yang tertuang dalam karya ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Padang, 10 Juni 2022

Herru Sugandi

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II.....	13
KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS .....	13
A. Kajian Teori.....	13
1. Revisit Intention	13
2. Experiential Quality	16
3. Experiential value	19
4. Image	20
5. Experiential Satisfaction	23
6. Hubungan antara variabel yang berkaitan dengan variabel yang diteliti	25
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Konseptual.....	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN .....	31
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
C. Populasi dan Sampel.....	31
1. Populasi	31
2. Sampel	32
D. Jenis dan Sumber Data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional .....	34
G. Instrumen Penelitian .....	39
H. Teknik Analisis Data .....	40
b) Model struktural ( <i>inner model</i> ) .....	43
BAB IV .....	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	45
A. Gambaran Umum Kolam Renang ABG Lubuk Minturun.....	45



B. Hasil Penelitian.....	47
1. Deskripsi Responden	47
2. Deskripsi Variabel Penelitian	51
C. Analisa Data .....	58
1. Uji Model Pengukuran (Outer Model)	58
2. Uji Model Struktural (Inner Model)	65
3. Pengujian Hipotesis	66
D. Pembahasan .....	75
1. Pengaruh experiential quality terhadap experiential satisfaction	75
2. Pengaruh experiential value terhadap experiential satisfaction	77
3. Pengaruh image terhadap experiential satisfaction	78
4. Pengaruh experiential satisfaction terhadap revisit intention	79
5. Pengaruh experiential quality terhadap revisit intention	80
6. Pengaruh experiential value terhadap revisit intention	82
7. Pengaruh image terhadap revisit intention	83
BAB V.....	86
PENUTUP .....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Objek Wisata Kolam Renang ABG. ....	2
Tabel 1. 2 Hasil Survei <i>Revisit Intention</i> terhadap wisatawan yang Mengunjungi Objek Wisata Kolam renang ABG Lubuk Minturun.....	7
Tabel 2. 1: Penelitian terdahulu .....	27
Tabel 3. 1. Defenisi Operasional.....	38
Tabel 3. 2. Daftar Skor Jawaban Setiap Pertanyaan .....	39
Tabel 4. 1: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4. 2: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	48
Tabel 4. 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel 4. 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4. 5: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	50
Tabel 4. 6: Karakteristik Responden Berdasarkan Pernyataan .....	50
Tabel 4. 7: Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	51
Tabel 4. 8: Distribusi Frekuensi <i>Revisit intention</i> .....	51
Tabel 4. 9: Distribusi Frekuensi <i>experiantial quality</i> .....	53
Tabel 4. 10: Distribusi Frekuensi <i>experiantial value</i> .....	54
Tabel 4. 11: Distribusi Frekuensi <i>Image</i> .....	56
Tabel 4. 12: Distribusi Frekuensi <i>Experiential Satisfaction</i> .....	57
Tabel 4. 13. Analisis PLS Algoritma Output Outer Loadings .....	59
Tabel 4. 14 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	62
Tabel 4. 15. <i>Output Cross Loadings</i> .....	63
Tabel 4. 16. <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	65
Tabel 4. 17. R-Square.....	65
Tabel 4. 18: Hasil Analisis Uji Hipotesis Langsung .....	67
Tabel 4. 19: Efek tidak langsung Spesifik .....	72
Tabel 4. 20. Pengaruh Total.....	73

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam kegiatan wisata sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat, guna melepas beban penat usai beraktivitas dalam dunia kerja, pendidikan, dan lain-lain, wisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau dari luar Negara tersebut, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka-ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya. Objek wisata saat ini dianggap sebagai industri yang paling pesat dan sangat difasilitasi Pemilik untuk meningkatkan perkembangannya. Hal ini dapat dilihat dari semakin giatnya Pemerintah daerah dan Pengelola Objek Wisata di suatu daerah dalam menggencarkan promosi dan sosialisasi objek wisata mereka, selain itu industri pariwisata menjadi salah satu sumber pemasukan (*income*) yang lumayan menjanjikan bagi daerah tersebut.

Hal ini juga berlaku pada objek wisata Kolam Renang ABG, dimana para wisatawan diberikan pemandangan alam yang indah disekitar Kolam Renang ABG sehingga memberikan kenyamanan tersendiri . Objek wisata Kolam Renang ABG merupakan salah satu objek wisata yang indah dan mampu memenuhi ekspektasi terhadap para pengunjung yang datang.

Kolam Renang ABG memiliki wisata tirta dengan kolam air jernih yang memang bertujuan untuk memanjakan pengunjung, Disana telah disediakan gazebo atau pondok-pondok unik sebagai tempat bersantai atau

beristirahat selama beraktivitas disekitar kolam renang (Portalberita editor ,2019)

Menurut (Yuan dan Wu 2008), mendapatkan beberapa pengalaman positif atau negatif merupakan akibat yang tidak dapat dihindari dari mengkonsumsi produk / jasa yang dibeli pelanggan meskipun kebutuhan dan keinginan mereka berbeda. Semakin majunya teknologi penyampaian informasi saat ini, diharapkan pula bahwa hal ini dapat menarik *Revisit Intention* (Minat berkunjung ulang) wisatawan *domestik* maupun mancanegara. Minat berkunjung ulang merupakan perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa mendatang. Wisatawan yang memiliki minat untuk melakukan kunjungan ulang dapat ditandai dengan kemauan untuk meninjau kembali wisata yang sama di masa depan dan merekomendasikan wisata kepada orang lain. (Wu et al., 2018)

Namun, fakta yang terjadi dilapangan justru memperlihatkan kondisi yang berbeda, dalam kunjungan terakhir penulis ke Objek Wisata Kolam Renang ABG, terlihat Objek Wisata ini sepi pengunjung, dan menurut pengelola Objek Wisata ini dalam 3 tahun belakangan ini terjadi penurunan jumlah pengunjung yang signifikan, hal ini dibuktikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. 1** Jumlah Wisatawan Objek Wisata Kolam Renang ABG.

<b>Bulan</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Januari	4.293	2.746	6.951
Februari	4.189	4.936	3.276
Maret	3.838	4.502	2.110
April	6.586	4.828	567
Mei	8.432	681	1.670
Juni	2.598	10.239	1.910
Juli	7.689	7.915	3.510

Agustus	4.789	3.056	4.482
September	2.809	4.093	2.228
Oktober	3.455	3.230	2.982
November	4.926	4.566	3.440
Desember	14.266	9.410	4.584
Total	67.870	60.202	37.710

Sumber:Manager Kolam Renang ABG Lubuk Minturun Kota Padang (2021)

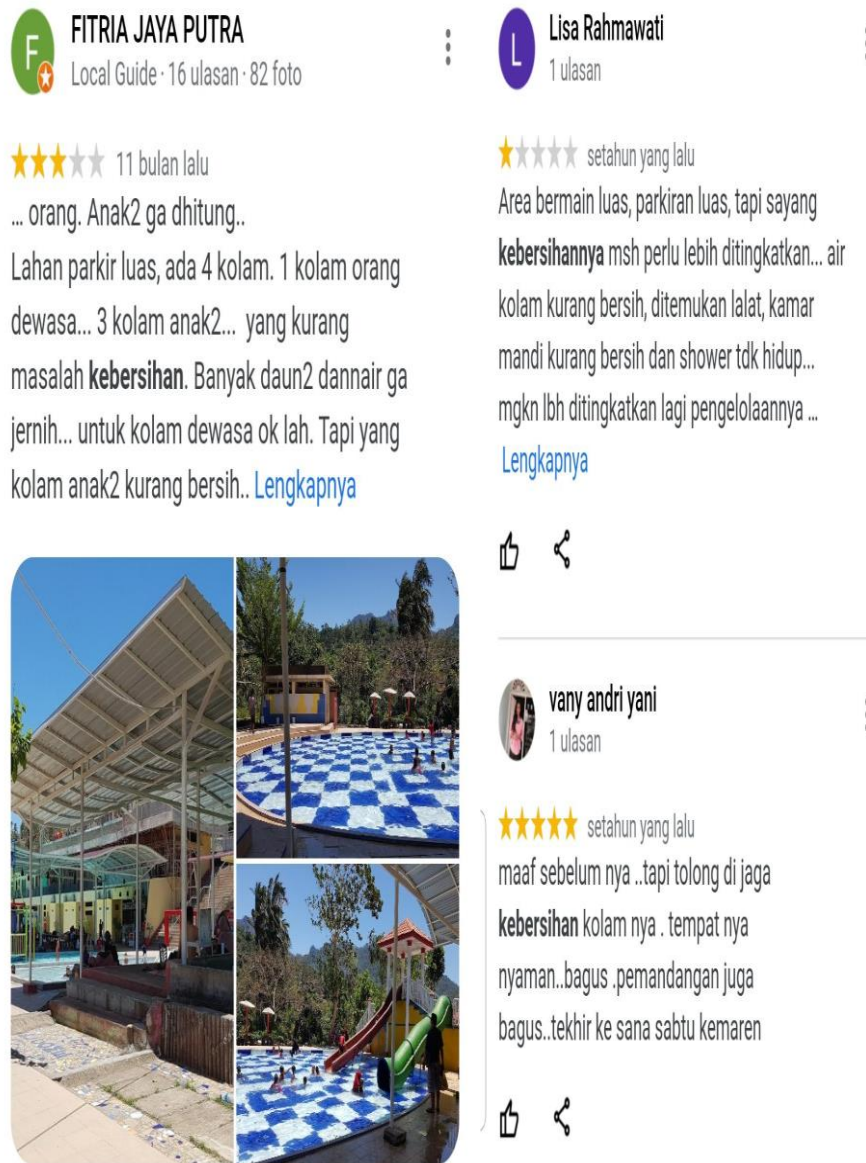
Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dalam tiga tahun terakhir ini terjadi penurunan jumlah pengunjung yang signifikan setiap tahunnya pada objek wisata Kolam Renang ABG.

Melihat permasalahan yang terjadi khususnya masalah revisit intention bahwa minat wisatawan berkunjung kembali ke Kolam Renang ABG masih terbilang rendah, salah satu faktornya karena kurangnya *Experiential Quality* yang mereka peroleh, seperti belum semua aktivitas dapat dirasakan di Kolam Renang ABG serta minat yang tinggi untuk mengunjungi wisata agrowisata lainnya dengan aktivitas yang berbeda untuk mencari pengalaman baru. dengan kata lain bisa disebut dengan *review*, fungsi dari media sosial sendiri sudah berkembang dari yang sebelumnya hanya digunakan untuk berhubungan dengan sanak saudara dan teman sekarang telah berkembang sebagai media bagi konsumen untuk mendapatkan informasi perusahaan ataupun produk/jasa yang dijual oleh suatu perusahaan.

Saat ini tidak hanya pihak pengelola objek wisata yang memberikan informasi mengenai produk, tetapi konsumen pun yang sudah menggunakan produk/jasa itu bersedia untuk memberikan informasi tentang pengalaman saat menggunakan produk/jasa tersebut. *Experiential Quality* menjadi sebuah wadah yang sangat penting untuk konsumen memberikan opininya terhadap

suatu produk/jasa. Banyaknya *review*, komentar, *caption*, atau pun tagar dalam media sosial memberikan manfaat secara tidak langsung bagi konsumen dalam memilih ataupun menggunakan suatu produk / jasa.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa ketika seseorang melakukan perjalanan atau berwisata ke suatu destinasi wisata, memang tidak terlepas dari sebuah pengalaman yang di dapatnya, kemudian terbentuklah suatu kepuasan pengalaman dimana salah satu yang menjadi komponen penting dalam kepuasan pengalaman tersebut ialah kualitas pengalaman (*experiential quality*)(Jin et al., 2015). Istilah *experiential quality* atau kualitas pengalaman dalam konteks pariwisata yang dikemukakan Chen & Chen dalam (Wu et al.2014) menyatakan bahwa *experiential quality* merujuk kepada hasil akhir psikologis wisatawan yang berpartisipasi di dalam aktifitas wisata.. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut : *Experiential Quality, Experiential Value, Image Terhadap Experiential Satisfaction dan Revisit Intention* Pada Kolam Renang ABG Lubuk Minturun.



*Sumber : Google Maps (2021)*

**Gambar 1. Penggunaan *Experiential Quality* oleh Netizen.**

Berdasarkan review (ulasan) pengguna Google Maps di atas dapat dilihat bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dari objek wisata Kolam Renang ABG, yang memicu netizen untuk menulis ulasan yang negatif terhadap objek wisata Kolam Renang ABG.

Experiential value seseorang dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri dan faktor eksternal. Secara Intrinsik, motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan/atau keinginan dari wisatawan itu sendiri, sesuai dengan teori Maslow, kebutuhan tersebut dimulai dari kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial prestige dan aktualisasi diri. Sedangkan motivasi eksternal dipengaruhi oleh beberapa faktor yang bisa datang dari faktor eksternal seperti norma sosial, pengaruh, atau tekanan keluarga dan pengalaman kerja yang telah terinternalisasi dan kemudian berkembang menjadi suatu kebutuhan secara psikologis.

Menurut (Huang, 2009), “Motivasi dianggap sebagai pendorong awal kekuatan di balik perilaku seseorang, ada kemungkinan bahwa motivasi wisata akan mempengaruhi sikap wisatawan terhadap kunjungan kembali”. Seperti yang dijelaskan secara luas, motivasi wisatawan bersifat multi dimensi, maka masing-masing dimensi motivasi mungkin memiliki efek yang berbeda pada sikap terhadap kunjungan kembali dan niat untuk kembali. Motivasi perjalanan untuk mengunjungi kembali suatu tujuan secara signifikan mempengaruhi niat kunjungan ulang individu

Untuk menggambarkan fenomena Revisit intention serta variabel yang akan diteliti, penulis melakukan survei terhadap 30 wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Kolam Renang ABG. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:



**Tabel 1. 2** Hasil Survei *Revisit Intention* terhadap wisatawan yang Mengunjungi Objek Wisata Kolam renang ABG Lubuk Minturun

No	Pernyataan	Ya	Tidak	Persentase
1	Berkeinginan Mengunjungi kembali wisata kolam renang	17	13	56,6%
2	Kolam renang ABG layak untuk dikunjungi	9	21	70%
3	Saya akan merekomendasikan objek wisata Kolam Renang ABG ke orang lain	14	16	53,3%
4	Kolam Renang ABG memiliki reputasi yang baik layak untuk dikunjungi kembali	12	18	60%
5	Kolam Renang ABG dinilai sangat pantas untuk memiliki reputasi yang baik	21	9	66,6%

Sumber: Data Primer, Tahun 2021.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan terhadap 30 wisatawan yang mengunjungi objek wisata Kolam Renang ABG, sebanyak 17 orang menjawab “Ya” untuk pernyataan nomor 1, yang menandakan bahwa 56,6% pengunjung berkeinginan untuk mengunjungi kembali objek wisata Kolam Renang. Untuk pernyataan nomor 2, 21 pengunjung menjawab “Tidak”. Hal ini menandakan bahwa 70% tak layak untuk dikunjungi kembali. Untuk pernyataan nomor 3, 16 pengunjung menjawab “Tidak”. Hal ini menyatakan bahwa 53,3% pengunjung tidak ingin merekomendasikan Kolam Renang ABG. Untuk pernyataan nomor 4, 18 pengunjung menjawab “Tidak”, yang artinya 60% wisata Kolam Renang ABG tidak memiliki reputasi yang baik dan tak layak untuk dikunjungi. Sedangkan 20 pengunjung menjawab “Ya” untuk pernyataan nomor 5, yang artinya 66,6% pengunjung objek wisata Kolam Renang ABG dinilai sangat pantas untuk memiliki reputasi yang baik.

Meninjau dari masalah terjadinya penurunan jumlah pengunjung, dan isu-isu negatif pada objek wisata Kolam Renang ABG di Lubuk Minturun ini, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai:

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan fenomena yang masalah yang telah dijelaskan didalam latar belakang masalah, penulis pun menarik tiga masalah yang terjadi dalam penelitian ini yaitu :

1. Terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang signifikan dalam 3 tahun terakhir.
2. Terjadinya penurunan kepuasan pelanggan terhadap objek wisata Kolam Renang ABG.
3. Terjadinya penurunan niat berkunjung di karenakan kurangnya kebersihan di objek wisata Kolam Renang ABG.

## **C. Batasan Masalah**

Agar pembahasan penelitian tidak melenceng dari topik yang dibahas, penulis membatasi masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh *Experiential Quality*, *Experiential Value*, *Image Terhadap Experiential Satisfaction* dan *Revisit Intention* pada Kolam Renang ABG Lubuk Minturun.

## **D. Rumusan Masalah**

1. Sejauh mana *Experiential Quality* berpengaruh terhadap *Revisit Intention* wisatawan ke Objek Wisata Kolam Renang ABG?
2. Sejauh mana pengaruh *Experiential Value* terhadap *Revisit Intention* wisatawan ke Objek Wisata Kolam Renang ABG?
3. Sejauh mana pengaruh *Image* terhadap *Revisit Intention* wisatawan ke Objek Wisata Kolam Renang ABG?

4. Sejauh mana pengaruh *Experiential Satisfaction* terhadap *Revisit Intention* wisatawan ke Objek Wisata Kolam Renang ABG?
5. Sejauh mana pengaruh *Experiential Quality* terhadap *Experiential Satisfaction* wisatawan ke Objek Wisata Kolam Renang ABG?
6. Sejauh mana pengaruh *Experiential Value* terhadap *Experiential Satisfaction* wisatawan ke Objek Wisata Kolam Renang ABG?
7. Sejauh mana pengaruh *Image* terhadap *Experiential Satisfaction* wisatawan ke Objek Wisata Kolam Renang ABG?
8. Sejauh mana pengaruh *Experiential Quality* terhadap *Revisit intention* dengan *Experiential Satisfaction* sebagai mediasi.
9. Sejauh mana pengaruh *Experiential value* terhadap *Revisit intention* dengan *Experiential Satisfaction* sebagai mediasi.
10. Sejauh mana pengaruh *Image* terhadap *Revisit intention* dengan *Experiential Satisfaction* sebagai mediasi.

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui apakah *Experiential Quality* berdampak positif terhadap minat berkunjung kembali masyarakat ke Objek Wisata di Lubuk Minturun, Kota Padang.
2. Mengetahui apakah *Experiential Value* memberikan dampak positif terhadap minat berkunjung kembali masyarakat ke Objek Wisata di Lubuk Minturun, Kota Padang.

3. Mengetahui apakah *Image* memberikan dampak positif terhadap minat berkunjung kembali masyarakat ke Objek Wisata di Lubuk Minturun, Kota Padang.
4. Mengetahui apakah *Experiential Satisfaction* memberikan dampak positif terhadap minat berkunjung kembali masyarakat ke Objek Wisata di Lubuk Minturun, Kota Padang.
5. Mengetahui apakah *Experiential Value* memberikan dampak positif terhadap kepuasan pengalaman masyarakat ke Objek Wisata di Lubuk Minturun, Kota Padang.
6. Mengetahui apakah *Experiential Value* memberikan dampak positif terhadap kepuasan pengalaman masyarakat ke Objek Wisata di Lubuk Minturun, Kota Padang.
7. Mengetahui apakah *Image* memberikan dampak positif terhadap kepuasan pengalaman masyarakat ke Objek Wisata di Lubuk Minturun, Kota Padang.
8. Mengetahui apakah *Experiential Quality* memberikan dampak positif terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan pengalaman sebagai mediasi pada perusahaan kolam renang ABG Lubuk Minurun, Kota Padang.
9. Mengetahui apakah *Experiential Value* memberikan dampak positif terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan pengalaman sebagai mediasi pada perusahaan kolam renang ABG Lubuk Minurun, Kota Padang.

10. Mengetahui apakah Image memberikan dampak positif terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan pengalaman sebagai mediasi pada perusahaan kolam renang ABG Lubuk Minurun, Kota Padang.

## **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah:

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya wawasan dan referensi mengenai pengaruh *Experiential Quality*, *Experiential Value*, *Experiential Satisfaction* terhadap *image* dan *Revisit Intention* pada Kolam Renang ABG Lubuk Minturun. Selain itu juga diharapkan dapat bermanfaat bagi objek wisata Kolam Renang ABG untuk dapat terus meningkatkan kualitas.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi objek wisata Kolam Renang ABG hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan agar objek wisata tersebut dapat mempertahankan ulasan *online* yang positif dan meningkatkan motivasi berwisata ke objek wisata Kolam Renang ABG.
- b. Bagi penulis diharapkan menjadi tambahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya mengenai pengaruh *Experiential Quality*, *Experiential Value*, *Image* terhadap *Experiential Satisfaction* dan *Revisit Intention* pada Kolam Renang ABG Lubuk Minturun suatu objek wisata.

- c. Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan referensi dan tambahan informasi untuk peneliti selanjutnya dan juga dapat memberikan masukan tentang cara objek wisata mempertahankan frekuensi kunjungan wisatawan dan mendatangkan wisatawan-wisatawan baru.