

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP
REVISIT INTENTION PADA OBJEK WISATA BAYT
AL-QUR'AN AL-AKBAR PALEMBANG**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh :

Nama : Triansa Kurniawan
NPM : 061740611927

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:


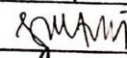

Nama : Triansa Kurniawan
NPM : 0617 4061 1927
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential marketing* Terhadap *Revisit intention* Pada Objek Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari: Rabu

Tanggal: 28 Juli 2021

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
1	<u>Eva Alhadi S.E., M.M</u>	2 - 8 - 2021	
2	<u>Dr. Sari Lestari Z.R. S.E., M.Ec</u>	2 - 8 - 2021	
3	<u>Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M</u>	2 - 8 - 2021	

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP
REVISIT INTENTION PADA OBJEK WISATA BAYT
AL-QUR'AN AL-AKBAR PALEMBANG**



**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata I Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh :

**Nama : Triansa Kurniawan
NPM : 061740611927**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Esya Alhadi, S.E., M.M.
NIP 196309191990032002**

Palembang, Juli 2021
Pembimbing II,

**Rini, S.E., M.A.B.
NIP 196012281990032002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Heri Setiawan, SE., M. AB
NIP 197602222002121001**

Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 198602262015042003**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Triansa Kurniawan
NPM : 0617 4061 1627
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential marketing* Terhadap *Revisit intention* Pada Objek Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang, Juli 2021
Penulis



Triansa Kurniawan
NPM 061740611927

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kemampuan seseorang memang terbatas, tapi ingatlah semangat tak pernah ada batasnya.”

(Anonym)

Kami persembahkan kepada :

- ✓ **Orangtua ku tercinta**
- ✓ **Keluargaku tercinta**
- ✓ **Kakak-kakakku tercinta**
- ✓ **Teman seperjuanganku**
- ✓ **Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya yang telah dilimpahkan kepada Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang merupakan salah satu tugas utama untuk menyelesaikan pendidikan D-IV ini.

Dalam Skripsi ini saya membahas mengenai “Pengaruh *Experiential marketing* Terhadap *Revisit intention* Pada Objek Wisata Bayt Al-Qur’an Al-Akbar”. Selanjutnya dari pada itu, Penulis bersyukur dapat mengaplikasikan ilmu yang Penulis dapat selama di perkuliahan.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini, Penulis telah banyak mendapat bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah turut membantu sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dengan waktu yang tepat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun demikian Skripsi ini telah memberikan manfaat bagi Penulis. Akhir kata dari Penulis berharap ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Kritik dan saran yang bersifat membangun akan Penulis terima dengan senang hati.

Palembang, Juli 2021

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Robbil'alamin

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, petunjuk, masukan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih yang tulus ikhlas kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M. AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si., selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Esya Alhadi, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian Skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Bapak Rini, S.E., M.Ab., selaku Pembimbing II yang telah membimbing, membantu, dan mengarahkan penulis dengan ikhlas penuh tanggung jawab dalam menyelesaikan Skripsi ini sampai dengan selesai.
6. Ibu Eda selaku Manager Administrasi yang telah membantu penulis memperoleh data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. dan bersedia berdialog dengan penulis.
7. Kedua Orangtua, Saudara-saudari kandungku yang paling aku sayangi, terima kasih telah memberikan motivasi serta bantuan baik moral maupun moril kepada penulis..
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 khususnya 8 BPB Prodi D-IV Usaha Perjalanan Wisata, Terima kasih atas kebersamaan, keceriaan dan kekeluargaan selama 4 tahun masa perkuliahan ini.

9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya. Amiin

Palembang, Juli 2021

Penulis

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : **Triansa Kurniawan**
Judul : **Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap *Revisit Intention* Pada Objek Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap *revisit intention* pada objek wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari 5 dimensi *experiential marketing* yaitu *sense* (X₁), *feel* (X₂), *think* (X₃), *act* (X₄), dan *relate* (X₅), sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah *revisit intention* (Y₁). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Untuk memperoleh data primer peneliti melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner. Selain itu, peneliti juga melakukan dokumentasi untuk pengumpulan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis *nonprobability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik dengan menggunakan Software IBM SPSS versi 25. Setelah data terkumpul, data diolah secara deskriptif, analisis linier berganda, uji t (uji parsial), dan uji F (simultan). Berdasarkan perhitungan variabel secara parsial bahwa variabel *sense* (X₁) dan *think* (X₃) berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. Namun variabel *feel* (X₂), *act* (X₄), dan *relate* (X₅) tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* pada Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. Kemudian, berdasarkan uji-F variabel *sense* (X₁), *feel* (X₂), *think* (X₃), *act* (X₄), dan *relate* (X₅) berpengaruh secara simultan terhadap terhadap *revisit intention* pada Bayt Al-Qur'an Al-Akbar.

Kata Kunci : *Experiential marketing, Sense, Feel, Think, Act, Relate, Revisit intention*

ABSTRACT

Name : Triansa Kurniawan
Heading : The Influence of Experiential Marketing on Revisit Intention at Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Tourism Object

This study aims to determine the influence of experiential marketing on revisit intention at the Bayt Al-Qur'an Al-Akbar tourism object. The independent variables in this study consisted of 5 experiential marketing dimensions, namely sense (X1), feel (X2), think (X3), act (X4), and relate (X5), while the dependent variable in this study was revisit intention (Y1). . This study uses a quantitative approach. This study uses two data sources, namely primary data and secondary data. To obtain primary data, researchers conducted interviews and distributed questionnaires. In addition, researchers also conducted documentation for secondary data collection. The population in this study were visitors to the Bayt Al-Qur'an Al-Akbar tourist attraction. Determination of the sample in this study was carried out using a non-probability sampling method, namely the purposive sampling method. The data analysis technique used is statistical analysis technique using IBM SPSS software version 25. After the data is collected, the data is processed descriptively, multiple linear analysis, t test (partial test), and F test (simultaneous). Based on the partial calculation of the variables, the sense (X1) and think (X3) variables have a significant effect on revisit intention in Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. However, the variables feel (X2), act (X4), and relate (X5) have no significant effect on revisit intention in Bayt Al-Qur'an Al-Akbar. Then, based on the F-test, the variables sense (X1), feel (X2), think (X3), act (X4), and relate (X5) have a simultaneous effect on revisit intention in Bayt Al-Qur'an Al-Akbar.

Keywords: Experiential marketing, Sense, Feel, Think, Act, Relate, Revisit intention

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan	iv
Motto dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Ucapan Terima Kasih	vii
Abstrak	ix
Abstract	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Akademis	7
1.5.3 Manfaat Praktis	7
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Pengertian Pariwisata	9
2.2 Jenis Pariwisata	9
2.3 Pengertian <i>Experiential marketing</i>	10
2.4 Dimensi <i>Experiential marketing</i>	11
2.5 Minat Beli	13
2.6 Minat Beli Ulang (<i>Revisit intention</i>).....	14
2.7 Kerangka Konseptual	15
2.8 Rumusan Hipotesis	16
2.9 Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Pendekatan Penelitian	19
3.2 Lokasi Penelitian	19
3.3 Definisi Operasional Variabel	19
3.4 Populasi dan Sampel	23
3.4.1 Populasi	23
3.5 Jenis dan Sumber Data	25

	3.5.1 Data Primer	25
	3.5.2 Data Sekunder	25
3.6	Teknik Pengumpulan Data	25
	3.6.1 Wawancara	25
	3.6.2 Kuisisioner	26
	3.6.3 Dokumentasi	26
3.7	Skala Pengukuran	26
3.8	Uji Instrumen	27
	3.8.1 Uji Validitas	27
	3.8.2 Uji Reliabilitas	27
3.9	Teknik Analisa Data	28
	3.9.1 Regresi Linear Berganda	28
	3.9.2 Koefisien Determinan	29
3.10	Uji Hipotesis	29
	3.10.1 Uji Pengaruh Simultan (F)	29
	3.10.2 Uji Pengaruh Parsial (t)	30
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.2	Deskripsi karakteristik Responden	35
	4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
	4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	36
	4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
	4.2.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	38
4.3	Rekapitulasi Jawaban Responden	38
	4.3.1 Variabel Independen	38
	4.3.2 Variabel Dependen	44
4.4	Uji Instrumen Penelitian	45
	4.4.1 Uji Validitas	45
	4.4.2 Uji Reabilitas	46
4.5	Hasil Uji Hipotesis	47
	4.5.1 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	47
	4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji-F)	50
	4.5.2 Uji Koefisien Determinan	51
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.7	Pembahasan	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran	59

Daftar Pustaka	61
Lampiran	62

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	20
Tabel 3.2	Skala Likert	27
Tabel 4.1	Harga Tiket Masuk	34
Tabel 4.2	Bangunan dan Fasilitas	34
Tabel 4.3	Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.4	Usia Responden	36
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden	37
Tabel 4.6	Frekuensi Berkunjung Responden	38
Tabel 4.7	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Pada Dimensi <i>Sense</i>	39
Tabel 4.8	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Pada Dimensi <i>Feel</i>	40
Tabel 4.9	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Pada Dimensi <i>Think</i>	41
Tabel 4.10	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Pada Dimensi <i>Act</i>	42
Tabel 4.11	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Pada Dimensi <i>Relate</i>	43
Tabel 4.12	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Pada Dimensi <i>Revisit Intention</i>	44
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.14	Hasil Uji Realibilitas	47
Tabel 4.15	Hasil Uji-t	48
Tabel 4.16	Hasil Uji-F	51
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinan	52
Tabel 4.13	Hasil Regresi Linier Berganda	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	15
Gambar 4.1 Mushaf Bayt Alqur'an Al-Akbar	33