

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri di Indonesia yang memiliki *multiplier effect* yang signifikan dalam hal pertumbuhan ekonomi, sosial, budaya, serta lingkungan. Pengembangan pariwisata yang direncanakan dan dikelola dengan berbasis pada masyarakat, dapat meningkatkan devisa negara sekaligus menciptakan lapangan pekerjaan. Saat ini ada banyak industri pariwisata yang sedang berkembang di Indonesia, salah satunya adalah *event*. *Event* dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang digelar dengan tujuan mengenang sejarah penting di dalam kehidupan manusia (individu maupun kelompok), bertepatan adat, budaya, tradisi maupun agama, digelar dalam waktu dan maksud tertentu, serta mengajak masyarakat untuk dapat berpartisipasi di dalam kegiatan tersebut (Noor, 2017). Selanjutnya menurut Hafidz (2017), bahwa *event* merupakan suatu kejadian atau peristiwa yang telah direncanakan, tidak secara tiba-tiba serta memiliki maksud dan tujuan tertentu.

Event dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu MICE (*Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*) serta *Special Event* (seperti: *sports event, wedding, corporate event, festival* dan lain sebagainya). Kemudian berdasarkan besar kelompok orang yang berkumpul menurut Dimas (2019), *event* dapat diklasifikasikan ke dalam tiga jenis diantaranya *event* besar (contoh: festival konser musik, pameran, liga olahraga, dan *event* internasional), *event* menengah (contoh: pentas seni sekolah, *workshop*, konferensi, konser musik, reuni tahunan sekolah, dan pertandingan olahraga sekolah tahunan), serta *event* personal (contoh: pesta pernikahan, pesta ulang tahun, hajatan, dan lain sebagainya).

Salah satu jenis *event* yang akhir-akhir ini sedang populer di Indonesia adalah *event sports tourism*, dimana beberapa tahun terakhir jenis *event* ini semakin berkembang pesat bahkan menjadi salah satu alternatif lain (selain wisata alam dan budaya), dalam menggerakkan industri pariwisata di Indonesia pasca gempuran Covid 19. *Event sports tourism* merupakan sebuah kegiatan atau aktivitas pertandingan olahraga yang digelar dalam skala regional, nasional maupun internasional, dengan memanfaatkan daya tarik wisata yang ada di sekitar area pertandingan guna menarik antusias masyarakat untuk dapat hadir sekaligus menyaksikan pertandingan tersebut.

Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Sandiaga Uno, 2021), mengatakan bahwa *event sports tourism* menjadi salah satu atraksi wisata dengan pertumbuhan yang cukup besar, berkat antusias dari wisatawan nasional (Wisnu) maupun wisatawan mancanegara (Wisma) dalam melakukan aktivitas olahraga di Indonesia, sehingga diperkirakan di tahun 2024 mendatang pertumbuhan *event sports tourism* di Indonesia bisa mencapai Rp 18.790 triliun rupiah. Suatu *event* yang digelar dapat dikatakan berhasil, jika pengunjung yang menghadiri *event* tersebut merasa puas. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam mengukur keberhasilan penyelenggaraan *event sports tourism* menurut Karo (2020), yaitu berdasarkan tingkat kepuasan, tingkat kehadiran, tingkat antusiasme pengunjung, nilai emosi *event*, serta rangkaian kegiatan yang disuguhkan oleh pihak penyelenggara.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan perasaan senang atau rasa kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan, antara kinerja yang dipikirkan dengan kinerja yang diharapkan. Dalam hal ini kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi tolak ukur pelanggan, guna memilih serta memakai produk atau jasa yang ingin ditawarkan sehingga kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena berdampak langsung pada keberhasilan pemasaran dan penjualan produk atau jasa di perusahaan

tersebut (Kotler & Keller dalam Bafadhal, 2020). Oleh karena itu pentingnya memahami kepuasan pelanggan dengan cara menerapkan suatu metode atau strategi, guna mencari tahu seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan ketika memakai produk atau jasa tersebut (Smaby dalam Ramadhasari, 2020). Salah satu metode atau strategi yang dapat dipakai dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yaitu dengan menggunakan *experiential marketing*.

Experiential marketing atau pemasaran berbasis pengalaman merupakan suatu strategi pemasaran yang tidak hanya berfokus pada pemberian informasi atas produk atau jasa saja, melainkan juga tentang kemampuan perusahaan dalam mempersiapkan suguhan pengalaman dengan melibatkan emosi serta antusias pelanggan, sehingga banyak perusahaan memakai pendekatan ini guna menciptakan nilai akan produk atau jasa yang ingin ditawarkan kepada pelanggan sekaligus membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. (Yanti et al, 2019). Pernyataan tersebut sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Alma (2016), bahwa *experiential marketing* tidak hanya sekedar menawarkan barang atau jasa yang berkualitas saja, akan tetapi juga menginginkan adanya keterlibatan emosional seperti memiliki pengalaman yang berkesan dan tidak terlupakan (*memorable experience*), adanya pengalaman yang unik dan positif, serta dapat memberikan pengalaman secara menyeluruh melalui seluruh pancaindra pelanggan.

Cara yang dapat dilakukan dalam mengukur *experiential marketing* menurut Karo (2020), yaitu dengan melibatkan lima dimensi yang ada di dalam *experiential marketing* itu sendiri, diantaranya yaitu menciptakan pengalaman bagi pelanggan melalui pancaindra (*sense*), membangun pengalaman yang berkesan (*feel*), membentuk pengalaman yang berpikir secara kreatif (*think*), melibatkan pengalaman yang terhubung dengan tubuh secara fisik, perilaku, *lifestyle*, dan pengalaman lain sebagai bagian dari interaksi bersama orang lain (*act*), serta menghubungkan pengalaman dengan kondisi sosial, dan budaya yang dapat mencerminkan merek

tersebut (*relate*), dimana kelima dimensi ini merupakan pengembangan dari *sensational, feelings, cognitions* dan *actions (relate)*. Kombinasi kelima dimensi *experiential marketing* diatas, diharapkan dapat membangun sebuah pengalaman secara menyeluruh, menumbuhkan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kota Palembang yang merupakan ibu kota dari Provinsi Sumatera Selatan menjadi salah satu kota besar yang ada di Indonesia, yang mampu mendukung penyelenggaraan *event sports tourism* berskala regional, nasional, maupun internasional. Hal ini dibuktikan dengan dinobatkannya Kota Palembang sebagai *Sports Tourism City* pertama dan satu-satunya di Indonesia oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Sandiaga Uno, 2020), berkat kesuksesannya sebagai tuan rumah pada beberapa pekan olahraga tingkat nasional maupun internasional seperti tuan rumah Piala Asia 2007, Sea Games 2011, *Islamic Solidarity Games* 2013, Asian Games XVIII 2018, Kejuaraan *Bowling World Cup* 2019, dan masih banyak lagi. Pada tahun 2023 ini, sebanyak 75 *event sports tourism* akan digelar di Kota Palembang (Dispora Sumsel, 2023). Salah satu *event sports tourism* yang telah dilaksanakan di awal Januari 2023 ini yaitu Pertandingan Bola Voli Nasional Proliga 2023.

Proliga merupakan pertandingan bola voli profesional yang telah menjadi *event sports tourism* tahunan di Indonesia, dan pada tahun ini Proliga akan memasuki musim ke-21 serta diikuti oleh 14 tim yang terdiri dari 8 tim putra dan 6 tim putri. Dengan diselenggarakannya pertandingan tersebut, harapannya dapat membawa manfaat berupa regenerasi serta wadah dalam mengasah kemampuan para pemain di tingkat nasional, sekaligus menjadi bagian dari persiapan tim nasional untuk tampil di kancah internasional. Tidak hanya itu, ajang ini juga diharapkan dapat membuka kesempatan bagi setiap tim agar mau menggunakan pemain asing yang nantinya dapat meningkatkan kualitas teknik masing-masing tim.

Hadirnya pemain asing dengan kualitas baik dapat memicu petukaran ilmu dan pengalaman, sehingga akan menambah wawasan serta kemampuan para pemain lokal. Proliga 2023 dilaksanakan pada tanggal 5 Januari-19 Maret 2023 di 5 kota besar yang ada di Indonesia, salah satunya Kota Palembang. Palembang terpilih menjadi tuan rumah Proliga putaran pertama yang dilaksanakan pada tanggal 19-22 Januari 2023 di *Palembang Sport and Convention Center (PSCC)*. Bank Sumsel Babel selaku tuan rumah penyelenggara Proliga 2023 di Kota Palembang, telah menyiapkan beberapa fasilitas serta aktivitas tambahan guna meramaikan sekaligus menarik minat pengunjung untuk dapat hadir di *event* tersebut. Adapun fasilitas yang disediakan terdiri dari ruang transit dengan fasilitas lengkap di dalamnya seperti tv, meja, kursi, beberapa camilan dan minuman kemasan, serta pendingin ruangan, dimana ruang transit tersebut diperuntukkan bagi para tamu VIP. Kemudian terdapat 2 toilet pria, 2 toilet wanita, serta 3 mushola dengan fasilitas seperti tempat wudhu, beberapa mukenah, sajadah, dan peci, dimana fasilitas-fasilitas tersebut berada di tribun atas maupun tribun bawah pengunjung.

Lalu untuk aktivitas tambahannya, pihak penyelenggara menyediakan beberapa tenant UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang menjual makanan dan minuman serta *merchandise* klub yang ikut bertanding di Proliga 2023, sekaligus menghadirkan beberapa *interactive games* seperti lato-lato *challenge*, *hinggest jump*, dan *dart board game*, dimana bagi pengunjung yang berhasil memenangkan salah satu dari ketiga *interactive games* tersebut, akan mendapatkan hadiah berupa *goodie bag* yang berisi tumblr berlogo Bank Sumsel Babel. Walaupun Proliga merupakan salah satu *event sports tourism* ternama di Indonesia dan pihak penyelenggara telah menyediakan beberapa fasilitas serta aktivitas tambahan guna menarik minat pengunjung, namun faktanya selama empat hari pelaksanaan *event* tersebut minat masyarakat untuk menyaksikan pertandingan tersebut masih tergolong sedikit.

Hal ini dibuktikan dengan menurunnya kunjungan pengunjung di hari Jumat, 20 Januari 2023 dengan jumlah sebesar 931 pengunjung serta di hari Minggu, 22 Januari 2023 dengan jumlah sebesar 675 pengunjung, dimana kedua hari tersebut tidak memenuhi target yang diharapkan oleh pihak penyelenggara yaitu sebesar 1.800 pengunjung per harinya. Berikut merupakan kondisi tribun penonton Proliga 2023 di Kota Palembang yang masih kosong, pada hari Jumat 20 Januari 2023 dan Minggu 22 Januari 2023 yang disajikan penulis dalam bentuk gambar 1.1 di bawah ini:



Gambar 1.1 Kondisi Tribun Penonton Yang Masih Kosong Pada *Event Sports Tourism Proliga 2023 Di Kota Palembang*

Sumber: Instagram Proliga_Official

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa perbandingan antara target pengunjung yang diharapkan oleh pihak penyelenggara dengan data kunjungan pengunjung yang hadir di *event* tersebut belum memenuhi target yang diharapkan, dimana menurut data yang didapatkan penulis dari EO Soundtrack Indonesia selaku pihak yang ditunjuk oleh Bank Sumsel Babel untuk mengelola *event* Proliga ini, bahwa selama 4

hari pelaksanaan *event* tersebut target pengunjung yang diharapkan sebesar 7.200 pengunjung sedangkan pengunjung yang hadir hanya sebesar 5.406 pengunjung. Hal ini menjadi tanda tanya besar bagi penulis, mengingat Kota Palembang sendiri merupakan kota yang dijuluki sebagai *Sports Tourism City* (Sandiaga Uno, 2020), namun nyatanya masih banyak masyarakat sekitar yang tidak ikut andil dalam menyaksikan *event* Proliga tersebut. Berikut penulis paparkan data jumlah pengunjung yang hadir pada *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang dalam bentuk tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung *Event Sports Tourism* Proliga 2023
Di Kota Palembang

Hari/Tanggal	Target Pengunjung	Pengunjung
Kamis/19 Januari 2023	1800	2000
Jumat/20 Januari 2023	1800	931
Sabtu/21 Januari 2023	1800	1.800
Minggu/22 Januari 2023	1.800	675
TOTAL	7.200	5.406

Sumber: Event Organizer Soundtrack Indonesia, 2023

Dari data yang disajikan penulis dalam bentuk tabel 1.1 diatas, terlihat bahwa minat masyarakat dalam menyaksikan *event* Proliga 2023 di Kota Palembang, hanya ada pada hari Kamis 19 Januari 2023 dengan jumlah sebesar 2.000 pengunjung, serta di hari Sabtu 21 Januari 2023 dengan jumlah sebesar 1.800 pengunjung. Hal ini disebabkan karena di hari Kamis 19 Januari 2023, tim Bank Sumsel Babel selaku tuan rumah bertanding melawan Jakarta Lavani Allo Bank dan dihadiri oleh anak pendiri klub tersebut yaitu Agus Harimurti Yudhoyono beserta Istrinya. Kemudian di hari Sabtu 21 Januari 2023, Jakarta Elektrik PLN bertanding melawan Bandung BJB Tandamata dan dihadiri oleh istri Gubernur Jawa Barat Atalia Praratya.

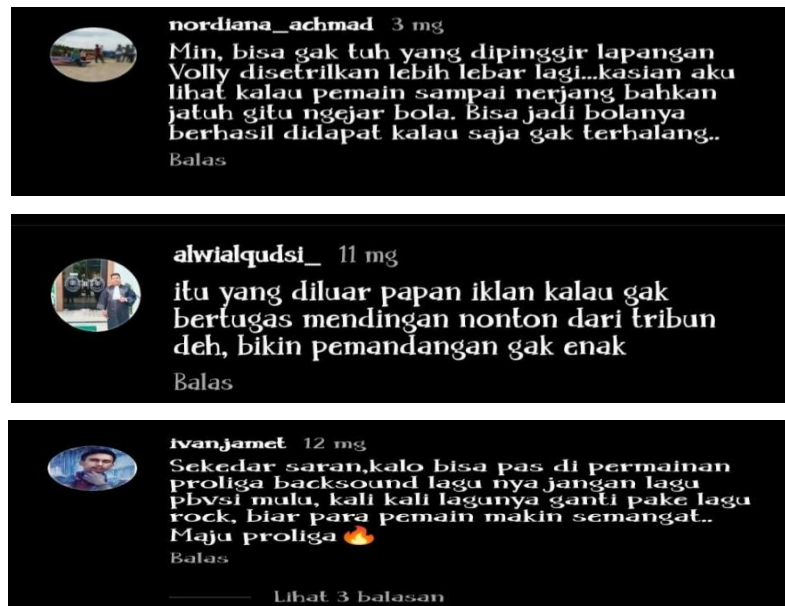
Melonjaknya jumlah pengunjung di hari tersebut diperkirakan terjadi karena selain ingin menyaksikan tim tuan rumah bertanding melawan tim yang sering menjuarai pertandingan Proliga di musim-musim sebelumnya (Jakarta Lavani Allo Bank), sebagian pengunjung juga ingin melihat sekaligus mengabadikan momen tersebut dengan berfoto bersama *public figur* yang hadir pada *event* Proliga 2023 di Kota Palembang, yang mungkin bagi sebagian pengunjung hanya bisa melihat *public figur* tersebut di saluran televisi ataupun di media masa saja.

Ada beberapa faktor yang penulis temukan yang berdampak pada berkurangnya antusias pengunjung di hari Jumat 20 Januari 2023 dan Minggu 22 Januari 2023, salah satunya yaitu kurangnya *experience* yang diberikan oleh pihak penyelenggara kepada pengunjung ketika menyaksikan pertandingan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara penulis bersama beberapa pengunjung yang hadir di *event* tersebut, dimana pengunjung tersebut mengatakan bahwa adanya *interactive games* yang diadakan oleh pihak penyelenggara menurutnya kurang menarik karena banyak diikuti oleh masyarakat yang tidak menyaksikan *event* tersebut, serta menurutnya juga *games* yang disediakan oleh pihak penyelenggara tidak berkaitan atau bertepatan *event* Proliga, sehingga ada atau tidak adanya *games* tersebut tidak menjadi tolak ukur masyarakat untuk menyaksikan pertandingan tersebut.

Selanjutnya makanan dan minuman yang dijual oleh para tenant UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), menurutnya kurang bervariasi serta dibanderol dengan harga yang hampir sama dengan yang ada di PIM (Palembang Indah Mall), sehingga membuat sebagian pengunjung lebih memilih untuk membeli makanan dan minuman di dalam mall tersebut. Kemudian kurangnya pelayanan serta keramataharian panitia juga menjadi penyebab pengunjung segan untuk menyaksikan *event* tersebut. Adapun pelayanan yang menurut beberapa pengunjung kurang prima diantaranya yaitu kurangnya informasi serta respons yang diberikan oleh pihak penyelenggara terkait syarat dan ketentuan tiket masuk Proliga, jadwal

pertandingan yang tidak jelas, serta kesulitan mencari tempat duduk penonton karena tidak adanya petugas yang membantu mengarahkan pengunjung tersebut, sehingga beberapa pengunjung tertangkap menyaksikan pertandingan Proliga tepat disamping lapangan atau di sekitar area pertandingan. Lanjut terkait kebersihan di area tribun, ditemukan banyak sekali sampah plastik bekas makanan dan minuman yang dibawa oleh para pengunjung, sehingga mengakibatkan area tribun tersebut menjadi kotor. Lalu banyaknya tisu toilet maupun tisu wajah yang berserakan di toilet wanita, serta terdapat genangan air di toilet pria dan wanita membuat lantai toilet menjadi kotor dan becek, akibatnya beberapa pengunjung merasa tidak nyaman akan pemandangan tersebut.

Selain melakukan wawancara bersama beberapa pengunjung, penulis juga melakukan analisis dengan melihat komentar para pengunjung di akun Instagram resmi Proliga yaitu @proliga_official dimana penulis menemukan komentar-komentar yang menunjukkan, adanya keluhan dari beberapa pengunjung ketika menyaksikan *event* Proliga 2023 di Kota Palembang. Adapun komentar-komentar tersebut diantaranya yaitu datang dari nordiana_achmad dan alwialqudsi_ dimana mereka berpendapat bahwa bagi pengunjung atau petugas yang tidak berkepentingan, dihimbau untuk tidak menonton pertandingan disekitar area lapangan karena mengganggu pemandangan pengunjung yang menyaksikan pertandingan Proliga baik secara langsung maupun melalui saluran televisi. Selanjutnya komentar dari ivan_jamet yang menyarankan agar alangkah lebih baik jika musik atau *backsound* yang disajikan selama pertandingan tidak hanya musik resmi dari PBVSI (Persatuan Bola Voli Seluruh Indonesia) saja, melainkan juga musik-musik lain yang dapat membangkitkan semangat para pemain serta pengunjung yang hadir di *event* tersebut. Berikut ulasan pengunjung di akun Instagram resmi @proliga_official terkait *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang yang disajikan penulis dalam bentuk gambar 1.2 di bawah ini:



Gambar 1. 2 Ulasan Pengunjung Terkait *Event Sports Tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang

Sumber: Akun Instagram Resmi Proliga_Official

Kesuksesan *event sports tourism* merupakan hasil penting dari sebuah penyelenggaraan *event*. Keberhasilan dari sebuah penyelenggaraan *event sports tourism* dapat diukur berdasarkan tingkat kepuasan, tingkat kehadiran, tingkat antusiasme pengunjung, nilai emosi *event*, serta rangkaian kegiatan yang disuguhkan (Karo, 2020). Selain itu menurut Kemenparekraf (2016), bahwa tujuan utama dari diselenggarakannya suatu *event sports tourism* yaitu untuk memenuhi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam mengukur tingkat *customer satisfaction* yaitu dengan menggunakan *experiential marketing*.

Adapun hasil temuan atau penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *experiential marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (*customer satisfaction*), diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Karo (2020), terkait Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Tingkat Kepuasan Peserta *Sports Event* Jakabaring *Wonderful Run* Palembang, dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *experiential marketing* berpengaruh sangat kuat terhadap tingkat kepuasan peserta *sports event*,

serta secara parsial 3 dimensi *experiential marketing* yaitu *sense*, *feel*, dan *act* berpengaruh sangat signifikan terhadap tingkat kepuasan peserta *sports event* Jakabaring *Wonderful Run* Palembang. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sa'roni, Hufron & Slamet (2017) mengenai Pengaruh Dimensi *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Taman Rekreasi Tlogomas Malang, dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara simultan seluruh dimensi *experiential marketing* (*sense, feel, think, act and relate*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan secara parsial 3 dimensi *experiential marketing* yaitu *feel, think, dan act* berpengaruh sangat kuat terhadap kepuasan pengunjung di Taman Rekreasi Tlogomas Malang.

Dari kedua penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *experiential marketing* dapat menciptakan *customer satisfaction*. Hal ini bertujuan untuk memberikan peluang bagi para pengunjung guna memperoleh serangkaian pengalaman atas merek, produk, serta jasa yang ditawarkan, sehingga para pengunjung dapat melakukan pembelian kembali secara terus-menerus. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijabarkan serta melihat hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pengunjung (*customer satisfaction*) melalui *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang dengan menggunakan 5 dimensi *experiential marketing* yang terdiri dari *sense, feel, think, act, dan relate*, serta ingin mencari tahu di antara kelima dimensi tersebut, dimensi manakah yang paling dominan mempengaruhi *customer satisfaction* sehingga penulis mengambil judul ***“Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Pada Event Sports Tourism Proliga 2023 Di Kota Palembang”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jabarkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang secara simultan?
3. Dimensi *experiential marketing* manakah yang memiliki pengaruh paling kecil dan paling besar (dominan) terhadap *customer satisfaction* pada *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan terhindar dari pembahasan yang terlalu luas, maka penulis perlu membatasinya. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu menggunakan 5 dimensi *experiential marketing* yang terdiri dari *sense, feel, think, act* dan *relate* terhadap *customer satisfaction*. Objek penelitian ini adalah *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang, serta subjek penelitian hanya berfokus pada para pengunjung di *event* tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka dapat ditentukan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang secara parsial

2. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang secara simultan
3. Untuk mengetahui dimensi *experiential marketing* mana yang memiliki pengaruh paling kecil dan paling besar (dominan) terhadap *customer satisfaction* pada *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini yaitu bagi para praktisi, penelitian ini menyajikan berbagai informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melihat fenomena, terkait pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang. Kemudian manfaat penelitian ini bagi penulis adalah sebagai media pembelajaran, guna memperoleh pengetahuan dan pengalaman dalam mengembangkan keterampilan berpikir ilmiah serta memiliki kemampuan dalam mengatasi masalah.

Tidak hanya itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu dasar pertimbangan serta evaluasi bagi Bank Sumsel Babel selaku pihak penyelenggara *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang, bahwa salah satu cara yang dapat digunakan untuk menciptakan kepuasan pengunjung (*customer satisfaction*) yaitu melalui pendekatan atau strategi *experiential marketing*, sehingga harapannya dapat menarik minat sekaligus antusias pengunjung untuk hadir menyaksikan *event* Proliga di tahun-tahun berikutnya.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pariwisata, khususnya di bidang ilmu manajemen pemasaran *event*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan referensi bagi para peneliti yang akan membahas atau mengkaji hal serupa, serta dapat memberikan informasi bagi para pembaca guna menambah wawasan terkait pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada *event sports tourism* Proliga 2023 di Kota Palembang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memaparkan garis besar laporan akhir ini sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab, dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan laporan akhir ini, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Batasan Masalah
- 1.4 Tujuan Penelitian
- 1.5 Manfaat Penelitian
- 1.6 Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

- 2.1 Pengertian Pengaruh
- 2.2 Pemasaran Pariwisata
- 2.3 Pemasaran Berbasis Pengalaman (*Experiential Marketing*)
- 2.4 Indikator *Experiential Marketing*
- 2.5 Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)
- 2.6 Penyelenggara Acara (*Event*)

- 2. 7 Pariwisata Olahraga (*Sports Tourism*)
- 2. 8 Acara Wisata Olahraga (*Event Sports Tourism*)
- 2. 9 Penelitian Terdahulu
- 2. 10 Kerangka Berpikir
- 2. 11 Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- 3. 1 Pendekatan Penelitian
- 3. 2 Lokasi Penelitian
- 3. 3 Jenis dan Sumber Data
- 3. 4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel
- 3. 5 Definisi Operasional Variabel
- 3. 6 Teknik Pengumpulan Data
- 3. 7 Skala Pengukuran
- 3. 8 Uji Instrumen Penelitian
- 3. 9 Uji Asumsi Klasik
- 3. 10 Uji Hipotesis
- 3. 11 Uji Regresi Linear Berganda

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian
- 4. 2 Deskripsi Karakteristik Responden
- 4. 3 Deskripsi Variabel Penelitian
- 4. 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian
- 4. 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- 4. 6 Hasil Uji Hipotesis
- 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- 4. 8 Pembahasan

BAB V PENUTUP

- 5. 1 Kesimpulan
- 5. 2 Saran