

ABSTRAK

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP MINAT KUNJUNG
ULANG PADA DAYA TARIK WISATA GOA PINDUL GUNUNGKIDUL

Yohanes Alfian Hariadi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) bagaimana elemen-elemen *experiential marketing* yang ada di Goa Pindul Gunungkidul (2) adakah pengaruh *experiential marketing* terhadap minat kunjung ulang pada daya tarik wisata Goa Pindul. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2017. Pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara. Cara pertama dengan memberikan kuesioner kepada 100 responden dengan mengambil sampel 100 responden dengan menggunakan *nonprobability sampling*. Cara kedua dengan wawancara kepada pengunjung Goa Pindul. Cara ketiga dengan observasi yaitu dengan melihat sikap pengunjung setelah keluar dari Goa Pindul. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis deskriptif, Uji asumsi klasik, Uji F, Uji T, dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini adalah (1) elemen-elemen *experiential marketing* yang ada di Goa Pindul sudah memberi pengalaman yang berkesan bagi pengunjung. (2) *experiential marketing* berpengaruh terhadap minat kunjung ulang pada daya tarik wisata Goa Pindul Gunungkidul.



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING TOWARDS
INTEREST TO REVISIT PINDUL CAVE GUNUNGKIDUL

Yohanes Alfian Hariadi
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2017

This research aims to find out (1) if Pindul Cave provides memorable experience for visitors; (2) if experiential marketing influences the interest to revisit Pindul Cave. This research was conducted in April 2017. Data collection is done through three methods . The first method is giving the questionnaire to 100 respondents using nonprobability sampling technique. The next method is interviewing and observing the visitors of Pindul Cave. Data analysis techniques in this research were descriptive analysis, classical assumption test, F Test, t test, and coefficients determination. The results of this research are (1) elements of experiential marketing in Pindul Cave had given memorable experience for visitors; (2) experiential marketing influenced interest to revisit Pindul Cave Gunungkidul.

