

ABSTRAK

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN DAYA TARIK EKOWISATA TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA OBJEK WISATA AIR TERJUN CURUP TENANG PROVINSI SUMATERA SELATAN

Oleh

SELLA JAYUSRI

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu terjadinya penurunan jumlah pengunjung, selain itu terdapat isu hadirnya binatang buas (harimau) dikawasan objek wisata sehingga pihak pengelola bekerja sama pada pihak kepolisian hutan untuk memperketat keamanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan daya tarik ekowisata terhadap *revisit intention* pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Provinsi Sumatera Selatan. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2019. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan yaitu Regresi Linier Berganda dengan uji *t* dan uji *F*. Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menunjukkan terdapat pengaruh *Experiential Marketing* dan Daya Tarik Ekowisata terhadap *Revisit Intention* pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Provinsi Sumatera Selatan.

Kata Kunci : *Experiential Marketing, Daya Tarik Wisata, Revisit Intention*