

ABSTRAK

PENGARUH IMPLEMENTASI *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG WISATAWAN DI OBYEK WISATA LEMBAH HIJAU

Oleh :

ANGGRAINI

Obyek wisata Lembah Hijau merupakan obyek wisata alam yang terlindung di lembah kecil seluas 30 hektar yang dibagi menjadi 2 bagian yaitu, 15 hektar untuk taman wisata dan 15 hektar untuk taman satwa. Lembah Hijau mulai berdiri pada tahun 2007. Masyarakat mulai menjadikan wisata tidak hanya sebagai gaya hidup saja tetapi sudah menjadi kebutuhan hidup mereka saat mereka ingin menghabiskan waktu luang mereka ketika lelah beraktivitas. Namun, dalam industri pariwisata yang sangat kompetitif saat ini, obyek wisata Lembah Hijau harus menciptakan experiential marketing di benak konsumennya. Penelitian ini diadakan untuk mengukur tingkat experiential marketing obyek wisata Lembah Hijau terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Ada 150 responden yang berkontribusi dalam penelitian ini. Kriteria responden adalah berusia di atas 17-45 tahun dan sudah datang ke obyek wisata Lembah Hijau dua kali. Alat analisa yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa experiential marketing berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan obyek wisata Lembah Hijau.

Kata Kunci— Minat Kunjung Ulang, Experiential Marketing