

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *experiential value* (nilai pengalaman) terhadap kepuasan wisatawan serta implikasinya pada niat kunjungan ulang, dengan studi kasus di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep. Latar belakang penelitian didasarkan pada fenomena meningkatnya preferensi wisatawan terhadap pengalaman unik dan autentik dalam era *experience economy*, sementara tingkat kunjungan ulang di Kabupaten Sumenep masih relatif rendah. Variabel penelitian meliputi *experiential value* sebagai variabel independen, kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi, dan niat kunjungan ulang sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden wisatawan berusia 17–50 tahun yang pernah berkunjung ke Pantai Lombang. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential value* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, yang selanjutnya meningkatkan niat kunjungan ulang. Selain itu, kepuasan wisatawan diproyeksikan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *experiential value* dan niat kunjungan ulang. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis pada pengembangan kajian pariwisata berbasis pengalaman serta memberikan implikasi praktis bagi pengelola destinasi wisata dalam merancang strategi peningkatan kualitas pengalaman wisata yang berkesan dan berkelanjutan.

Kata kunci: *experiential value*, kepuasan wisatawan, niat kunjungan ulang, Pantai Lombang, pariwisata

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of experiential value on tourist satisfaction and its implications for revisit intention, using Pantai Lombang in Sumenep Regency as the case study. The research is grounded in the growing preference for unique and authentic experiences in the experience economy era, while the revisit rate in Sumenep remains relatively low. The variables examined include experiential value as the independent variable, tourist satisfaction as the mediating variable, and revisit intention as the dependent variable. A quantitative approach was employed by distributing questionnaires to 100 tourists aged 17–50 years who had visited Pantai Lombang, and the data were analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.1. The findings indicate that experiential value positively influences tourist satisfaction, which subsequently increases revisit intention, with satisfaction acting as a mediator in this relationship. This study contributes to the theoretical development of experience-based tourism and offers practical implications for destination managers in improving experience quality to enhance visitor satisfaction and foster sustainable revisit intentions.

Keywords: *experiential value, tourist satisfaction, revisit intention, Pantai Lombang, tourism*