

ABSTRAK

Riko Hari Fitrianto (2015), Pengaruh Strategi Experiential Marketing Terhadap kepuasan Pengunjung Taman Wisata Guardian Jungle Park Kab. Jombang. Dibawah bimbingan Dr. Mohammad Arief, S.E., MM dan Suyono, SE., MSM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi *Experiential Marketing* yang terdiri dari *Sense Experience*, *Feel Experience*, *Think Experience*, *Act Experience*, dan *Relate Experience* terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park Kab. Jombang, serta untuk mengetahui dari kelima variabel *Experiential Marketing* yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle park Kab. Jombang.

Regresi linier berganda digunakan untuk analisis data. Hasil penelitian ini adalah (1) secara parsial *Relate Experience* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian jungle Park, sedangkan variabel *Sense*, *Feel*, *Think*, *Act Experience* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park. (2) kelima variabel dari *Experiential Marketing* yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung taman wisata Guardian Jungle Park adalah variabel *Relate Experience*.

Kata Kunci: *Experiential Marketing* dan kepuasan pengunjung taman wisata.

ABSTRACT

Riko Hari Fitrianto (2015) Strategy on Visitor Satisfaction of Tour Guardian Jungle Park Jombang. Advisor I: Dr. Mohammad Arief, S.E., MM, advisor II: Suyono, SE., MSM.

This study aimed to determine the effect of Experiential Marketing strategy consisting of Sense Experience, Feel Experience, Experience Think, Act Experience, and Experience Relate to tour the park visitor satisfaction Guardian Jungle Park Jombang, and to know of the five variables Experiential Marketing dominant influence on visitor satisfaction Guardian tourist park Jungle park Jombang.

Multiple linear regression was used for data analysis. The results of this study were (1) partially Relate Experience significantly affect tourism park visitor satisfaction Guardian jungle Park, while variable Sense, Feel, Think, Act Experience not significantly affect the tourist park visitor satisfaction Guardian Jungle Park. (2) the five variables of Experiential Marketing dominant influence on visitor satisfaction of the tourist park Guardian Jungle Park is variable Relate Experience.

Keywords: Experiential Marketing and tourist park visitor satisfaction