

ABSTRAK

Kevin Nur Pauzan, NO BP 17101155310288, Manajemen (2021), Pengaruh Servqual Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening pada objek wisata Swarga Lodge&Homestay Kayu Aro, di bawah bimbingan bapak Dr.Yulismi,SE,MM. Dan Bapak Vicky Brama Kumbara,SE,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Servqual dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan. Baik secara parsial, simultan maupun secara bersama-sama. Penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu: Servqual Dan Experiential Marketing, Variabel Dependen yaitu :Loyalitas Wisatawan serta variabel intervening yaitu Kepuasan Wisatawan. Data yang digunakan adalah data primer yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Sampel responden sebanyak 100 responden. Terdapat dua model Regresi Yang dihasilkan: a) Model Regresi I Untuk mengetahui Pengaruh Servqual Dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Wisatawan, dan b) Model regresi II untuk mengetahui pengaruh Servqual dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Wisatawan dan Kepuasan Wisatawan sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan, a) Model regresi I menghasilkan secara parsial Variabel Experiential Marketing berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, Sedangkan Servqual tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Secara simultan Servqual dan Experiential Marketing berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan. Dan Secara Bersama-sama Menghasilkan secara simultan Variabel Servqual dan Experiential Marketing secara Bersama-sama berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Wisatawan. b) Model regresi II menghasilkan secara Parsial Variabel Servqual dan Experiential Marketing berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan, Sedangkan Kepuasan wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan. Dan secara bersama-sama menghasilkan secara simultan Variabel Servqual, Experiential Marketing Dan Kepuasan Wisatawan berpengaruh simultan terhadap Loyalitas Wisatawan. Variabel Kepuasan Wisatawan tidak memediasi hubungan antara variabel eksogen (Servqual Dan Experiential Marketing) terhadap variabel endogen (Loyalitas Wisatawan). Hal ini dikarenakan pada analisis jalur pengaruh secara langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung. Akhirnya, penulis menyarankan Objek wisata Swarga Lodge&Homestay harus terus meningkatkan kepuasan wisatawan dengan cara meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Wisatawan. Sehingga hal tersebut berdampak pada Loyalitas Wisatawan. Selalu melakukan survey lapangan terhadap apa yang dibutuhkan pengunjung atau *up to date* dalam berbagai hal.

Kata Kunci: Servqual ,Experiential Marketing,Kepuasan Wisatawan,Loyalitas Wisatawan.