

Dr. H. ELFISWANDI, SE, MM, Ak.CA
NIDN : 1019046601

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji ”Analisis Hubungan Experiential Marketing, Service Quality, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Alam Puncak Lawang Sumatera Barat”. Dengan menggunakan data primer yang diperoleh dengan memberikan kuesioner secara langsung kepada responden pengunjung wisata alam puncak lawang sumatera barat . Analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas data, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, koefisien determinan (R^2), koefisien regresi secara parsial (uji t), koefisien regresi secara bersama-sama (uji f), adapun keseluruhan analisis data menggunakan *software SPSS statistic 16*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa : (1) Experiential Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. (2) Service quality berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. (3) Persepsi Harga Berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. (4) Experiential marketing, Service quality, dan Persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pada pengunjung wisata alam puncak lawang sumatera barat.

Kata Kunci : Experiential Marketing, Service Quality, Persepsi Harga, Kepuasan Pengunjung