

**PENGARUH *EXPERIENTAL MARKETING* DAN FASILITAS WISATA
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
(Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Pasir Pataya Ciakar Tasikmalaya)**

DRAF SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen

Oleh,

NENG WAFA WAFIAH
3402180360



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

2022

ABSTRAK

Neng Wafa Wafiah, NIM. 3402180360. “Pengaruh *Experiential Marketing* dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung (Suatu Studi Pada Pengunjung Wisata Pasir Pataya Ciakar Tasikmalaya)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E.,M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Lia Yulia, S.T.,M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Experiential Marketing* dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung (Suatu Studi Pada Pengunjung Wisata Pasir Pataya Ciakar Tasikmalaya).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1). Bagaimana Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pengunjung Pasir Pataya Ciakar ?; 2). Bagaimana Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Pasir Pataya Ciakar ?; 3). Bagaimana Pengaruh *Experiential Marketing* dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Pasir Pataya Ciakar ?. Adapun tujuan penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pengunjung Pasir Pataya Ciakar; 2). Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Pasir Pataya Ciakar; 3). Untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Pasir Pataya Ciakar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis verifikatif. Untuk menganalisis data yang diperoleh menggunakan analisis Koefisien Korelasi, Regresi Berganda, Determinasi, Uji t dan Uji F.

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* dan Fasilitas Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Pasir Pataya Ciakar dengan pengaruh sebesar 60,7% dan sisanya sebesar 39,3% disebabkan oleh faktor lain. Untuk hasil analisis Koefisien Korelasi Berganda pada penelitian ini sebesar 0,779 yang artinya pengaruh *Experiential Marketing* dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Pasir Pataya Ciakar kuat. Dan dari hasil persamaan regresinya yaitu : $Y' = 3,014 + 0,231X_1 + 0,670X_2$ yang artinya apabila X_1 bertambah 1 maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,231, begitupun dengan X_2 , apabila bertambah 1 maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,670. Dan untuk hasil Uji F pada penelitian ini menunjukkan bahwa F_{hitung} 74,863 lebih besar dari pada F_{tabel} 3,090 yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Sehingga dengan demikian hipotesis yang diajukan dapat diterima atau teruji kebenarannya.

Diharapkan Pasir Pataya Ciakar memaksimalkan kembali *experiential marketing* dan fasilitas wisata untuk lebih meningkatkan rasa kepuasan pada pengunjung.

Kata kunci : *Experiential Marketing*, Fasilitas Wisata, Kepuasan Pengunjung

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	10
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	10
2.1.1.2 Fungsi Manajemen	12
2.1.1.3 Tingkatan Manajemen	14
2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.2 Tingkatan Pemasaran	18

2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	18
2.1.2.4 Bauran Pemasaran	20
2.1.2.5 Manajemen Pariwisata	22
2.1.2.6 Prinsip-Prinsip Dasar Pariwisata	23
2.1.2.7 Metode Pengelolaan Pariwisata	24
2.1.3 <i>Experiential Marketing</i>	25
2.1.3.1 Pengertian <i>Experiential Marketing</i>	25
2.1.3.2 Indikator <i>Experiential Marketing</i>	27
2.1.4 Fasilitas Wisata	28
2.1.4.1 Pengertian Fasilitas Wisata	28
2.1.4.2 Indikator Fasilitas Wisata	29
2.1.5 Kepuasan Pengunjung	30
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung	30
2.1.5.2 Cara Mengukur Kepuasan Konsumen	31
2.1.5.3 Faktor Menentukan Tingkat kepuasan Konsumen.	32
2.1.5.4 Indikator Kepuasan Konsumen	34
2.1.6 Penelitian Terdahulu	34
2.2 Kerangka Pemikiran	39
2.3 Hipotesis Penelitian.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	45
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	46
3.2.1 Definisi Variabel	46

3.2.2	Operasionalisasi Variabel	47
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.3.1	Populasi	49
3.3.2	Sampel	50
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1	Sumber Data	52
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	53
3.5	Teknik Analisis Data	55
3.5.1	Analisis Deskriptif	55
3.5.2	Analisis Verifikatif.....	56
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	67
3.6.1	Tempat Penelitian	67
3.6.2	Waktu Penelitian	67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	69
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1.1	Visi dan Misi Pasir Pataya Ciakar	70
4.1.1.2	Stuktur Organisasi	71
4.1.2	Karakteristik Responden	73
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti	75
4.1.3.1	<i>Experiental Marketing</i>	75
4.1.3.2	Fasilitas Wisata.....	86
4.1.3.3	Kepuasan Pengunjung	96

4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	105
4.2 Pembahasan	128

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	132
5.2 Saran	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra Survey Pengunjung Wisata Pasir Pataya.....	4
Tabel 1.2	Jumlah pengunjung Wisata Pasir Pataya 01/08 Januari 2022	5
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1	Operasional variabel	48
Tabel 3.2	Jumlah pengunjung Wisata Pasir Pataya 01/08 Januari 2022	50
Tabel 3.3	Skor Pendapat Responden	55
Tabel 3.4	Tingkat Koefisien Korelasi	57
Tabel 3.5	Tingkat Koefisien Korelasi	60
Tabel 3.6	Tingkat Koefisien Korelasi	64
Tabel 3.7	Waktu Penelitian	67
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa kali Berkunjung ..	74
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Menampilkan Pemandangan Alam Yang Indah	76
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Memberikan Kesejukan Alam dari Pesawahan dan Perkebunan	77

Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Menjaga Kebersihan dengan Baik	77
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Memiliki Halaman Parkir yang Luas	78
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Memberikan Nuansa yang Digemari Banyak Kalangan Usia	79
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Memberikan Harga Tiket yang Relatif Murah	80
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Menyediakan Beberapa Wahana yang Bisa Dinikmati	80
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Memberikan Informasi Melalui Media Sosial	81
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Mengadakan Program Amal bagi yang Membutuhkan Bantuan.....	82
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Memberikan Pelayanan yang Baik	83
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Menyelenggarakan Event Khusus Bagi Pengunjung	83
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel <i>Experiental Marketing</i> Pada Pengunjung Wisata Pasir Pataya Ciakar	84

Tabel 4.17	Interpretasi Mengenai <i>Experiential Marketing</i> Pasir Pataya Ciakar	86
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Memiliki Fasilitas Yang Lengkap	87
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Lingkungan Pasir Pataya Ciakar Sangat Bersih	87
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Penataan Fasilitas Pasir Pataya Ciakar Tertata dengan Rapi	89
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Mempunyai Toilet yang Layak dan Aman	89
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Memiliki Tempat Parkir yang Luas dan Aman	89
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pasir Pataya Ciakar Menyediakan Penginapan yang Luas dan Nyaman	90
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Letak Fasilitas Pasir Pataya Ciakar seperti Toilet, Tempat Makan, dan Tempat Parkir Mudah untuk Ditemukan 91	
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Keamanan wahana Outbond, Kolam Renang, dan Tempat Parkir Pasir Pataya Ciakar	92
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Tersedia <i>sound System</i> Pasir Pataya Ciakar	92

Tabel 4.27	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Tersedia Ban Renang di Pasir Pataya Ciakar	93
Tabel 4.28	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden untuk Variabel Fasilitas Wisata pada Pengunjung Wisata Pasir Pataya Ciakar	94
Tabel 4.29	Interpretasi Mengenai <i>Experiental Marketing</i> Pasir Pataya Ciakar	95
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pemandangan alam Pasir Pataya Ciakar Indah dan Menarik	96
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Wahana Pasir Pataya Ciakar sangat Menyenangkan	97
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Puas dengan Harga Makanan di Pasir Pataya Ciakar	98
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Keramahan Panitia dalam Pelayanan di Pasir Pataya Ciakar	98
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Mengunjungi Kembali Pasir Pataya Ciakar	99
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Merekomendasikan Objek Wisata Pasir Pataya Ciakar Kepada Orang Lain	100
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Membicarakan Pengalaman Positif dan Kepuasan selama Berkunjung di Pasir Pataya Ciakar Kepada Orang lain	100

Tabel 4.37	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Puas terhadap Kualitas Pelayanan yang Diberikan Pasir Pataya Ciakar	101
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Panitia Pasir Pataya Ciakar Bekerja dengan Penuh Kesadaran dan Kewajibannya	102
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Puas dengan Harga Tiket yang ditawarkan Pasir Pataya Ciakar	102
Tabel 4.40	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Pengunjung Wisata Pasir Pataya Ciakar	103
Tabel 4.41	Interpretasi Mengenai <i>Experiental Marketing</i> Pasir Pataya Ciakar	104
Tabel 4.42	Perhitungan Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Pasir Pataya Ciakar	105
Tabel 4.43	Tingkat Koefisien Korelasi	108
Tabel 4.44	Perhitungan Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Pasir Pataya Ciakar	112
Tabel 4.45	Tingkat Koefisien Korelasi	115
Tabel 4.46	Perhitungan Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Pasir Pataya Ciakar	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian	43
Gambar 4.1	Stuktur Organisasi Pasir Pataya Ciakar	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Keterangan Bimbingan	134
Lampiran 2	Surat Keterangan Penelitian (dari tempat penelitian)	135
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	136
Lampiran 4	Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel XI	141
Lampiran 5	Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel X2	144
Lampiran 6	Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Y	147
Lampiran 7	Titik Presentase Distribusi F	150
Lampiran 8	Hasil SPSS	151