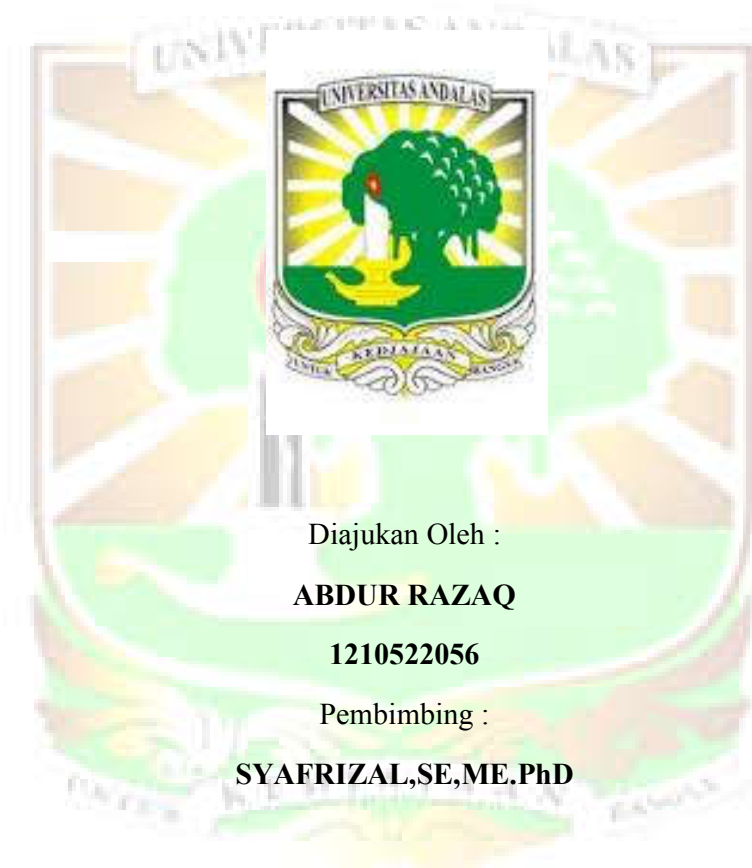


**PENGARUH CITRA DESTINASI, PRODUK WISATA, DAN *EXPERIENTIAL*  
*MARKETING* TERHADAP INTENSI BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN**

**(Studi Pada Pengunjung Mifan Water Park Padang Panjang)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

**ABDUR RAZAQ**

**1210522056**

Pembimbing :

**SYAFRIZAL,SE,ME,PhD**


PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

JULI 2017

	No. Alumni Universitas	<b>ABDUR RAZAQ</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir : Padang Panjang/14 April 1994 b) Nama Orang Tua : Hasyim Basri dan Harniyetti c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) No Bp : 1210522056 f) Tanggal Lulus : 18 Juli 2017 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,11 i) Lama Studi : 4 Tahun 11 Bulan j) Alamat Orang Tua : Desa Baru No.47 Padang Panjang		

**PENGARUH CITRA DESTINASI, PRODUK WISATA, DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP INTENSI BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN  
(Studi pada Pengunjung Mifan Water Park Padang Panjang)**

*Skripsi oleh Abdur Razaq  
Pembimbing : Syafrizal,SE,ME,PhD*




**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, produk wisata, dan *experiential marketing* terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan yang berkunjung ke Mifan Water Park Padang Panjang. Sampel penelitian ini berjumlah 150 orang responden yang merupakan wisatawan yang berkunjung ke Mifan Water Park Padang Panjang yang berusia minimal 18 tahun dan sudah pernah berkunjung ke Mifan Water Park Padang Panjang di masa lalu. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara studi lapangan melalui kuesioner yang disebar ke responden yang kemudian diolah dan diuji. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan program SEM SmartPLS 3.2.6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh positif terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan, produk wisata memiliki pengaruh positif terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan, dan *experiential marketing* memiliki pengaruh positif terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan.

Kata Kunci : Citra Destinasi, Produk Wisata, *Experiential Marketing*, Intensi Berkunjung Kembali

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 18 Juli 2017

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Syafrizal,SE,ME,PhD	Dessy Kurnia Sari,SE,M.Bus,PhD	Dr. Verinita,SE,MM

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita,SE,M.Si  
NIP. 197208262003122004



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

		Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas		Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas		Nama	Tanda Tangan