

**MODEL KETERKAITAN *MEMORABLE TOURIST EXPERIENCE*,
EXPERIENTIAL MARKETING DAN *TOURIST VALUE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* (STUDI TERHADAP
PERILAKU WISATAWAN NUSANTARA DI KOTA PADANG)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi
S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*



Diajukan Oleh :


MELANI WAHYU DIATRI

1510526005

Dosen Pembimbing:

Dr. Verinita SE, M.Si

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2018**

	No. Alumni Universitas:	MELANI WAHYU DIATRI	No. Alumni Fakultas:
	a) Tempat/Tanggal Lahir: Surakarta, 10 Mei 1993 b) Nama Orang Tua: Sunardi c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1510526005 f) Tanggal Lulus: 18 Januari 2018 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3.42 i) Lama Studi: 2 tahun 5 bulan j) Alamat Orang Tua: Komplek Filano Jaya II Blok CC 0 No 19.		

Model Keterkaitan *Memorable Tourist Experience*, *Experiential Marketing* dan *Tourist Value* Terhadap *Revisit Intention* (Studi Terhadap Perilaku Wisatawan Nusantara di Kota Padang)

Skripsi Oleh: Melani Wahyu Diatri

Pembimbing: Dr. Verinita SE, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model keterkaitan *Memorable Tourist Experience*, *Experiential Marketing* dan *Tourist Value* terhadap *Revisit Intention* wisatawan nusantara pada destinasi wisata di Kota Padang. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel *Memorable Tourist Experience*, *Experiential Marketing* dan *Tourist Value* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa *Memorable Tourist Experience*, *Experiential Marketing* dan *Tourist Value* menjadi daya tarik tersendiri untuk melakukan *Revisit Intention* pada destinasi wisata di Kota Padang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sampel yang digunakan adalah 175 wisatawan nusantara yang sudah dua kali mengunjungi destinasi wisata di Kota Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *descriptive survey* dan *explanatory survey*. Tipe penyelidikan dalam penelitian ini adalah tipe kausal dan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan cakupan waktu bersifat *cross section/one shot*, sedangkan pengolahan data menggunakan *software SPSS 16.0* dan *Smart-PLS 2.0*.

Kata kunci: *Memorable Tourist Experience*, *Experiential Marketing*, *Tourist Value* dan *Revisit Intention*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal **18 Januari 2018**. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Verinita SE, M.Si	Dr. Eri Besra SE, MM	Dr. Dessy Kurnia Sari SE, M.Bus

Mengetahui:
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita SE, M.Si
NIP. 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus:

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