

**PENGARUH *FOOD IMAGE* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*  
TERHADAP *REVISIT INTENTION* KE KOTA PAYAKUMBUH**

**SKRIPSI**

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



Diajukan Oleh

**Faiz Utama Ridho**

**1610522016**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**APRIL 2020**

# **PENGARUH *FOOD IMAGE* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* TERHADAP *REVISIT INTENTION* KE KOTA PAYAKUMBUH**

*Skripsi oleh : Faiz Utama Ridho*  
*Pembimbing : Dr. Verinita SE, M.Si*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *food image* dan *experiential marketing* dengan sub variabel *sense, feel, think, act* dan *relate* terhadap *revisit intention* wisatawan nusantara ke Kota Payakumbuh. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 200 wisatawan nusantara yang telah ditentukan. Teknik pengambilan sampel yakni *purposive sampling* dengan metode *proporsional random* dan diolah dengan menggunakan *software* SPSS versi 16.0. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda dan uji hipotesis t-statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *food image* dan *think*. Sedangkan untuk sub variabel *sense, feel, act* dan *relate* berpengaruh terhadap variabel *revisit intention* wisatawan nusantara ke Kota Payakumbuh tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* wisatawan nusantara ke Kota Payakumbuh.

Kata Kunci : *Food Image, Experiential Marketing, Sense, Feel, Think, Act, Relate*



