

ABSTRAK

Noeris Sulasi, 2022, Pengaruh Citra Destinasi dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung Domestik Eduwisata Garam Desa Bunder, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN Madura), Pembimbing: Dr. Farid Firmansyah, MM.

Kata Kunci: *Citra Destinasi, Experiential Marketing, Kepuasan Pengunjung.*

Eduwisata Garam Madura merupakan salah satu destinasi wisata edukasi baru di Kabupaten Pamekasan yang mempunyai prospek dan cukup berpotensi bagi pertumbuhan ekonomi. Fenomena yang diangkat dalam penelitian ini yaitu jumlah pengunjung Eduwisata Garam yang setiap bulannya menurun dimulai bulan april sampai dengan bulan november, diasumsikan turunnya angka kunjungan karena kurangnya minat pengunjung untuk berkunjung ke Eduwisata Garam Madura karena adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), selain itu disebabkan pula beberapa fasilitas wisata yang masih dalam tahap pembangunan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung, pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pengunjung dan pengaruh citra destinasi dan *experiential marketing* secara simultan terhadap kepuasan pengunjung domestik Eduwisata Garam Desa Bunder, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, sedangkan metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung Eduwisata Garam Madura, jumlah sampel 100 responden dengan menggunakan rumus Cochran dengan teknik *sampling incidental*. Analisis data dilakukan dengan uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan reliabilitas, sedangkan uji asumsi klasik untuk mengukur seberapa layak model regresi yang digunakan. Uji hipotesis yang digunakan ialah regresi linear berganda, uji-t dan uji-F serta koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis dengan regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta sebesar -0,413, koefisien regresi citra destinasi sebesar 1,162, dan koefisien regresi *experiential marketing* sebesar 0,054. Sedangkan uji-t menunjukkan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan perbandingan antara nilai $t_{hitung} 33,025 > t_{tabel} 1,98472$ dan perbandingan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sedangkan variabel *experiential marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung yang diperoleh perbandingan antara nilai $t_{hitung} 3,483 > t_{tabel} 1,98472$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Dan berdasarkan uji-F menunjukkan bahwa citra destinasi dan *experiential marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung yang diperoleh perbandingan antara $F_{hitung} 1058,828 > F_{tabel} 3,09$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.