

**PENGARUH DIMENSI *TOURISM EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUASAN BERWISATA**
(Studi Pada Obyek Wisata B29 Argosari Kecamatan Senduro Lumajang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



TOMI PRIYANTO

NIM. 212121338

**PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2016

PENGARUH DIMENSI *TOURISM EXPERIENCE*
TERHADAP KEPUASAN BERWISATA
(Studi Pada Obyek Wisata B29 Argosari Kecamatan Senduro Lumajang)

Tomi Priyanto

ABSTRAK

Inti dari pariwisata adalah pengembangan dan pengalaman kunjungan dalam melakukan perjalanan wisata. Dalam rangka meningkatkan pemahaman tentang pengalaman berwisata, penekanan pada isu-isu manajemen dibutuhkan terutama yang berhubungan dengan memberikan pengalaman-pengalaman ini kepada pengunjung pada destinasi wisata tertentu. Namun, literatur pariwisata yang ada masih memberikan penjelasan terbatas pada faktor yang menjadi ciri pengalaman pariwisata yang *mengesankan*. Dengan mengadopsi pendekatan pengalaman konsumen, konsep pengalaman pariwisata yang dikembangkan dalam penelitian ini meliputi tiga faktor: *feel*, *sense*, dan *think*.

Penelitian ini adalah studi formal pertama yang secara komprehensif membahas kontribusi pengalaman pariwisata pada kepuasan wisatawan. Hal ini mempertimbangkan pemahaman atas sifat pengalaman pariwisata yang mempunyai nilai penting bagi para sarjana dan praktisi, karena menyediakan wisatawan dengan tingginya kualitas pengalaman yang *mengesankan* merupakan esensi dari pariwisata dan manajemen pariwisata. Pengalaman berwisata ditandai dengan banyak interaksi dengan lingkungan fisik dan manusia yang dihargai oleh wisatawan, di mana ini bisa mengarah ke kepuasan yang mereka rasakan.

Studi ini dimaksudkan untuk memberikan kerangka yang akan membantu mengidentifikasi dan lebih memahami tentang mana diantara dimensi pengalaman pariwisata yang memiliki *efek paling penting* dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan. Dengan menggunakan simple random sampling, penelitian berfokus pada 100 turis sebagai sampel yang telah mengunjungi B29 Argosari Senduro Lumajang selama Mei hingga Juni 2016.

Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai metode statistik, temuan studi mengungkapkan *sense* dan *feel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. *Sense*, *feel*, dan *think* bisa menjelaskan tentang 60,9 persen varian dalam menentukan kepuasan wisatawan, dan 39,1 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian. Penelitian selanjutnya harus berusaha untuk mengakomodasi temuan ini dan mereplikasi model konseptual untuk dapat diuji dalam konteks dari tujuan wisata lainnya.

Kata kunci : *tourism experience*, *sense*, *feel*, *think*, kepuasan berwisata.

***DIMENSIONS OF TOURISM EXPERIENCE INFLUENCE
SATISFACTION TRAVELED
(Study On Tourism B29 Argosari Districts Senduro Lumajang)***

Tomi Priyanto

ABSTRACT

The essence of tourism is the development and delivery of travel and visitation experiences. In order to enhance our understanding of the tourism experience, emphasis on the management issues is needed which associated with delivering these experiences to destination visitors. However, the extant tourism literature has provided limited explanation of the factors that characterize memorable tourism experiences. By adopting consumer experience approach, the concept of tourism experience developed in this study include three factors : sense, feel, and think.

This is the first formal study to date that comprehensively addresses the contributions on tourism experience on tourist satisfaction. Understanding the nature of tourism experiences is of significant value to scholars and practitioners, since providing tourists with high-quality, memorable experiences constitutes the essence of tourism and tourism management. The tourism experience is characterized by many interactions with the physical and human environment valued by tourists in which this could leading to their satisfaction.

This paper seeks to provide a framework that will help us identify and better understand about which factor among dimension of tourism experience have the most important effect influencing tourist satisfaction. By using simple random sampling, the study focuses on 100 tourist as a samples who have visited B29 Argosari Senduro Lumajang during May till June 2016.

Using multiple linear regression analysis, the study findings revealed that sense and feel have positive and significant effect on tourist satisfaction. Sense, feel, and think could explain about 60,9 percent variance in determine tourist satisfaction, and the remaining 39,1 percent is influenced by other factors which have not been included in this study. Future research should seek to accommodate this findings and replicate conceptual model to be tested in other context of tourist destination.

Keywords : tourism experience, sense, feel, think, tourism satisfaction.