

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Sense, Feel, Think, Act*, dan *Relate* terhadap Kepuasan Pengunjung PHD Nusantara Desa Malasan, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek” ini ditulis oleh Istikomah, NIM. 12402193101 Program Studi Ekonomi Syariah, dengan pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Pariwisata di Indonesia melibatkan sejumlah kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai pihak, termasuk masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Kepuasan pengunjung menjadi fokus utama dalam penelitian ini karena ketatnya persaingan yang terjadi antara perusahaan pariwisata di Indonesia. Penerapan inovasi secara terus-menerus dianggap sebagai faktor kunci untuk meningkatkan daya saing, terutama melalui pengembangan strategi pemasaran modern. Pendekatan *experiential marketing* berupa *sense, feel, think, act* dan *relate* diakui sebagai pendekatan yang efektif untuk menarik pengunjung ke destinasi wisata. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguraikan pengaruh *sense, feel, think, act*, dan *relate* terhadap kepuasan pengunjung PHD Nusantara Desa Malasan, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yaitu pengunjung PHD Nusantara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Sense, Feel, Think, Act*, dan *Relate* berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan Pengunjung PHD Nusantara Desa Malasan, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek.

Kata kunci: *Sense, Feel, Think, Act, Relate* dan Kepuasan Pengunjung

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Sense, Feel, Think, Act, and Relate on Visitor Satisfaction at PHD Nusantara, Malasan Village, Durenan District, Trenggalek Regency" is written by Istikomah, NIM 12402193101, Islamic Economics Study Program, under the guidance of Dr. Sutopo, M.Pd.

Tourism in Indonesia involves a variety of tourist activities supported by various parties, including the community, entrepreneurs, the government, and local governments. Visitor satisfaction is the main focus of this study due to the intense competition among tourism companies in Indonesia. Continuous innovation is considered a key factor in enhancing competitiveness, especially through the development of modern marketing strategies. The approach of experiential marketing in the forms of sense, feel, think, act, and relate is recognized as an effective method to attract visitors to tourist destinations. The purpose of this research is to explain the influence of sense, feel, think, act, and relate on visitor satisfaction at PHD Nusantara in Malasan Village, Durenan Subdistrict, Trenggalek Regency.

This research uses a quantitative approach and an associative type of research. The sample was selected using non-probability sampling, with a total sample of 100 respondents, who are visitors of PHD Nusantara.

The results of this study indicate that Sense, Feel, Think, Act, and Relate have a positive and significant influence, both partially and simultaneously, on the Satisfaction of Visitors at PHD Nusantara in Malasan Village, Durenan Subdistrict, Trenggalek Regency.

Keywords: Sense, Feel, Think, Act, Relate, and Visitor Satisfaction.

خلاصة

تم كتابة أطروحة بعنوان "تأثير الإحساس والشعور والتفكير والفعل والتواصل على رضا الزوار في مستشفى نوسانتارا، قرية مالاسان، منطقة دورينان، مقاطعة ترينغكاليك" من قبل استيخوماه، رقم تسجيل الطالب. 12402193101 برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي، مع المشرف الدكتور سوتوبو، ماجستير في الإدارة.

تتضمن السياحة في إندونيسيا عددًا من الأنشطة السياحية التي تدعمها أطراف مختلفة، بما في ذلك المجتمع ورجال الأعمال والحكومة والحكومات المحلية. رضا الزائر هو المحور الرئيسي لهذه الدراسة بسبب المنافسة الشديدة بين شركات السياحة في إندونيسيا. ويعتبر التنفيذ المستمر للابتكار عاملاً أساسياً في زيادة القدرة التنافسية، وخاصة من خلال تطوير استراتيجيات التسويق الحديثة. إن نهج التسويق التجريبي الذي يعتمد على الإحساس والشعور والتفكير والتصرف والارتباط يعتبر نهجاً فعالاً لجذب الزوار إلى الوجهات السياحية. الغرض من هذه الدراسة هو وصف تأثير الحس والشعور والتفكير والفعل والارتباط على رضا الزوار في مستشفى بي إتش دي نوسانتارا، قرية مالاسان، منطقة دورنان، مقاطعة ترينجاليك .

يعتمد هذا البحث على المنهج الكمي ونوع البحث الترابطي. استخدمت العينة في هذه الدراسة العينة غير الاحتمالية، مع حجم عينة يبلغ 100 مستجيب، أي زوار في مستشفى نوسانتارا.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن الإحساس والشعور والتفكير والتصرف والارتباط لها تأثير إيجابي ومهم، جزئياً ومتزامناً، على رضا زوار في مستشفى نوسانتارا، قرية مالاسان، منطقة دورينان، مقاطعة ترينغكاليك

الكلمات المفتاحية: الإحساس، الشعور، التفكير، التصرف، الارتباط ورضا الزائر