

**ANALISIS PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA, DAN
EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
(Survey Pada Wisatawan Mancanegara di Makam Raja-raja Mataram Kotagede)**

Erza Ardyanda Putra
NIM : 141140483
Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
Email : emagnus16@gmail.com
082137449508

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata dan *experiential marketing* terhadap kepuasan wisatawan mancanegara di Makam Raja-raja Mataram Kotagede. Sampel yang digunakan adalah 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang dinilai dengan skala *likert* yang sudah diuji coba dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Variabel yang digunakan adalah citra destinasi, fasilitas wisata, *experiential marketing* dan kepuasan wisatawan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, dan *experiential marketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

Kata kunci : Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, *Experiential Marketing*, Kepuasan Wisatawan