

Pengaruh Sensory Marketing terhadap Revisit Intention (Studi Pada Pengunjung Museum Nasional Indonesia) = The Role of Sensory Marketing on Revisit Intention (Study on Visitors of Museum Nasional Indonesia)

Sitepu, Pricillia Br, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920573345&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian berikut adalah menganalisis pengaruh dari sensory marketing terhadap revisit intention pada pengunjung Museum Nasional Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian secara kuantitatif dan metode simple random sampling pada 140 responden melalui penyebaran data menggunakan kuesioner daring (Google Form). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian berikut adalah analisis regresi linier untuk menguji pengaruh sensory marketing terhadap revisit intention. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara sensory marketing terhadap revisit intention pada pengunjung Museum Nasional Indonesia.

.....The purpose of this study is to analyze the influence of sensory marketing on revisit intention among visitors of Museum Nasional Indonesia. This research employs a quantitative approach and utilizes simple random sampling method. Data were collected through an online questionnaire distributed via Google Forms to 140 individuals who had previously visited the museum. The data were analyzed using linear regression with SPSS software to examine the influence of sensory marketing on revisit intention. The results indicate a significant influence of sensory marketing on visitors' intention to revisit the National Museum of Indonesia.