# STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DATA PENGALAMAN PENGUNJUNG TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI WISATA ALAM KALIWUNGU

## *MARKETING STRATEGY BASED ON VISITOR EXPERIENCE DATA TOWARDS REVISIT INTENTIONS TOWARDS KALIWUNGU NATURE TOURISM*

**Oleh**

**Khurfa Tusiva**

**22416261201401**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**




**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG**

**2026**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Khurfa Tusiva

NIM : 22416261201401

Tanda Tangan :



Tanggal : 01 April 2026

UBP KARAWANG

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**Disusun oleh:**

Nama : Khurfa Tusiva

NIM : 22416261201401

Judul : STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DATA PENGALAMAN PENGUNJUNG TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI WISATA ALAM KALIWUNGU

Menyetujui,

| Pembimbing Utama, | Pembimbing Pendamping, |
|---|---|
| Dr. H. Pujiyanto, S.E., M.M. | Dr. Hj. Neni Sumarni, S.E., M.M. |
| NIDN. 0407097502 | NIDN. 0402107806 |

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. H. Suroso, S.E., M.M.
NIDN. 0402107707

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Putri Maylani Sihnap

NIM : 22416261201024

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : "Kepercayaan Digital Konsumen : Pengaruh Rating dan Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow di Shopee"

### DEWAN PENGUJI

| Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|---|---|---|
| Penguji 1 : Dr. Citra Savitri, S.E.,M.M. | ( ) | 22-04-2026 |
| Penguji 2 : Dexi Triadinda, S.E.,M.M | ( ) | 20-04-2026 |

Karawang, 15 April 2026

Mengetahui,

| Dekan, | Koordinator Program Studi, |
|---|---|
| Dr, Citra Savitri, S.E., M.M. | Dr. H. Suroso, S.E., M,M |
| NIDN. 0214088301 | NIDN. 0402107707 |

## SURAT PERNYATAAN

**Yang bertanda tangan dibawah ini :**

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Khurfa Tusiva |
| NIM | : | 22416261201401 |
| Program Studi | : | Manajemen |
| Tahun Akademik | : | 2025-2026 |

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penelitian tugas akhir saya yang berjudul :

**"STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DATA PENGALAMAN PENGUNJUNG TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI WISATA ALAM KALIWUNGU"**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian penyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Karawang, 01 April 2025




Khurfa Tusiva

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademik Universitas Buana Perjuangan Karawang, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Khurfa Tusiva |
| NIM | : | 22416261201401 |
| Program Studi | : | Manajemen |
| Fakultas | : | Ekonomi dan Bisnis |
| Jenis Karya | : | Tugas Akhir |

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Buana Perjuangan Karawang Hak Bebas Royalti Non Ekslusif ( Non-Exlusive Royalti – Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**"STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DATA PENGALAMAN PENGUNJUNG TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI WISATA ALAM KALIWUNGU"**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) Dengan hak bebas Royalty Non Ekslusif ini Universitas Buana Perjuangan Karawang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Universitas Buana Perjuangan Karawang

Pada tanggal : 01 April 2026

Yang menyatakan



(Khurfa Tusiva)

# KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT serta shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat, karunia, dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas

Akhir ini dengan baik. Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak **Dr. H. Puji Isyanto, S.E., M.M.** selaku dosen pembimbing utama dan Ibu **Dr. Hj. Neni Sumarni, S.E., M.M.** selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran dalam memberikan arahan, masukan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ir. H. Iman Sumantri selaku Ketua Yayasan Buana Pangkal Perjuangan Karawang.
2. Assoc. Prof. Dr. H. Budi Rismayadi, S.E., selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Dr. Citra Savitri, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. Dr. H. Suroso, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Pihak Wisata Alam Kaliwungu yang telah membantu penulis dalam memperoleh data yang dibutuhkan selama proses penelitian.
6. Sahabat-sahabat yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis.

7. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, serta dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen.

Karawang, 01 April 2026

**Khurfa Tusiva**

## ABSTRAK

Penurunan jumlah kunjungan di wisata alam kaliwungu menegaskan pentingnya pengelolaan pengalaman pengunjung sebagai factor utama dalam meningkatkan niat berkunjung Kembali. Berbagai keluhan muncul melalui media sosial menunjukan bahwa pengalaman wisata belum memenuhi ekspektasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran pengalaman pengunjung terhadap niat untuk berkunjung kembali, dengan fokus khusus pada rancangan pemasaran.Metode penelitian yang digunakan adalah mixed method dengan desain explanatory sequential. Hasil penelitian menunjukan bahwa pada fase 1 (kuantitatif) social experience berpengaruh signifikan terhadap niat kunjungan ulang. Fase 2 (kualitatif) mengkonfirmasi bahwa wisata alam kaliwungu menerapkan strategi promosi adaptif dalam meningkatkan niat kunjungan ulang.



Kata kunci: pengalaman pengunjung, niat kunjungan Kembali, strategi pemasaran



## *ABSTRACT*

*The decline in visitor numbers at Kaliwungu Nature Tourism highlights the importance of managing visitor experience as a key factor in increasing revisit intention. Various complaints expressed through social media indicate that the tourism experience has not yet met visitor expectations. This study aims to analyze the effect of visitor experience on revisit intention while formulating a strategic marketing plan. The research employs a mixed-method approach with an explanatory sequential design. The results show that in Phase 1 (quantitative), social experience has a significant effect on revisit intention. Phase 2 (qualitative) confirms that Kaliwungu Nature Tourism implements an adaptive promotional strategy to enhance revisit intention.*



*Keyword : customer experience, revisit intention, marketing strategy*