

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran berbasis pengalaman dan kualitas layanan, terhadap minat kunjung ulang, dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi pada Grand Puri Maerokoco, salah satu obyek wisata di Kota Semarang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemasaran berbasis pengalaman dan kualitas layanan sebagai variabel bebas, kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi, dan minat kunjung ulang sebagai variabel terikat.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Semarang yang sudah pernah berkunjung ke Obyek Wisata Grand Puri Maerokoco minimal 1 (satu) kali. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 135 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran berbasis pengalaman dan kualitas layanan berpengaruh secara tidak langsung, positif, dan signifikan terhadap minat kunjung ulang, dengan menggunakan kepuasan pengunjung sebagai mediasi. Namun tanpa mediasi, pengaruh langsung pemasaran berbasis pengalaman dan kualitas layanan terhadap minat kunjung ulang dinyatakan positif tetapi tidak signifikan

**Kata Kunci:** Pemasaran Berbasis Pengalaman, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengunjung, Minat Kunjung Ulang