

SKRIPSI

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *SERVICE QUALITY*, DAN
PRODUCT FEATURE TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA INDUSTRI HIBURAN
PERMAINAN MODERN**

**RIDHO OCTAVIAN RAMADHAN
NIM.2210312210084**



**PROGRAM STUDI
S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *SERVICE QUALITY*, DAN
PRODUCT FEATURE TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA INDUSTRI HIBURAN
PERMAINAN MODERN**

**RIDHO OCTAVIAN RAMADHAN
NIM.2210312210084**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI
S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

**LEMBAR LEGALITAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

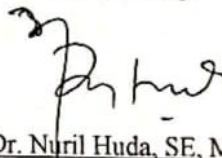
**LEMBAR LEGALITAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Judul : PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PRODUCT FEATURE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA INDUSTRI HIBURAN PERMAINAN MODERN

Nama : Ridho Octavian Ramadhan

NIM : 2210312210084

disetujui,
Pembimbing



Dr. Nuril Huda, SE, MM
NIP. 19721021 199903 1 002

Penguji I



Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D
NIP. 19700913 200501 2 003

Penguji II



Dr. H.M. Riza Firdaus, SE, MM
NIP. 19670909 199303 1 001

diketahui,

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Tanggal lulus: 15 Juli 2026

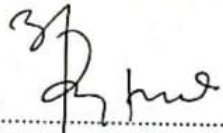
**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BSINIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BSINIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Nama : Ridho Octavian Ramadhan
NIM : 2210312210084
Program Studi : S1- Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service Quality*, dan
Product Feature Terhadap Revisit Intention Melalui
Customer Satisfaction Pada Industri Hiburan Permainan
Modern
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 15 Juli 2026
Waktu Ujian : 16.00 – 18.00 WITA
Tempat Ujian : Ruang Sidang 2 PG

Tim Penguji

Pembimbing: Dr. Nuril Huda, SE, MM

()

Penguji I: Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D

()

Penguji II: Dr. H.M. Riza Firdaus, SE, MM

()

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Ridho Octavian Ramadhan
NIM : 2210312210084
Program Studi : SI- Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service Quality*, dan *Product Feature* Terhadap *Revisit Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Industri Hiburan Permainan Modern
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 15 Juli 2026
Waktu Ujian : 16.00 – 18.00 WITA
Tempat Ujian : Ruang Sidang 2 PG

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji. Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan.

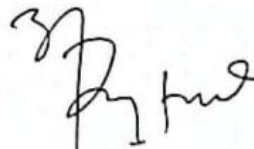
Banjarmasin, 21 Juli 2026

Mahasiswa,



Ridho Octavian Ramadhan
NIM. 2210312210084

Dosen Pembimbing,



Dr. Nuril Huda, SE, MM
NIP. 19721021 199903 1 002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

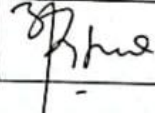
Banjarmasin, 21 Juli 2026

No : -
Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi
Lampiran : 3 (tiga) surat asli

Kepada Yth.
Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
di tempat.

Sehubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan skripsi yang diberikan oleh dosen penguji, maka saya atas nama:

Nama : Ridho Octavian Ramadhan
NIM : 2210312210084
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service Quality*, dan *Product Feature* Terhadap *Revisit Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Industri Hiburan Permainan Modern
Tanggal Ujian : Rabu, 15 Juli 2026

Nama/NIP Dosen	Jabatan	Tanggal Disetujui	Tanda Tangan
Dr. Nuril Huda, SE, MM NIP. 19721021 199903 1 002	Pembimbing	21 Juli 2026	

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar dan sesuai saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melanjutkan proses administrasi selanjutnya.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang membuat,
Mahasiswa



Ridho Octavian Ramadhan
NIM. 2210312210084

BERITA ACARA HASIL UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3305116 Laman : <http://feb.ulm.ac.id>

BERITA - ACARA

(UJIAN SKRIPSI UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN)

Pada hari ini **Rabu** tanggal **15 Juli 2026** Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Keputusan **No. 004.137/UN8.1.12/SP/2026** tanggal **14 Juli 2026**.

Telah mengambil Ujian Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen atas ;

1. Nama calon : **RIDHO OCTAVIAN RAMADHAN**
2. Nomor Mahasiswa : **2210312210084**
3. Tempat Ujian : **Ruang Sidang 2 PG**
4. Ujian dilaksanakan : dari Jam **16.00 Wita**
s/ d Jam **18.00 Wita**
5. Hasil Ujian dengan nilai : **93 (A)**

Demikian berita acara ini dibuat dengan sebenarnya.

Banjarmasin, **15 Juli 2026**

Tanda tangan calon,

RIDHO OCTAVIAN RAMADHAN

Pembimbing

Dr. NURIL HUDA, SE, MM

PANITIA UJIAN

Penguji 1

LAILA REFIANA SAID, S.Psi, M.Si, Ph.D

Penguji 2

Dr. H. M. RIZA FIRDAUS, SE, MM

SERTIFIKASI PLAGIASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Fakultas Ekonomi Unlam, Jl. Brigjend. H.Hasan Basry, BANJARMASIN - 70123. Tlp & Fax.(0511) 3305116

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor: 22/UN8.1.12.3/JTAM.2.2026

Diberikan Kepada :

Nama : RIDHO OCTAVIAN RAMADHAN

NIM : 2210312210084

Program Studi : MANAJEMEN FEB ULM

Judul Artikel : PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, SERVICE QUALITY, DAN
PRODUCT FENTURE TERHADAP REVISIT INTENTION MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA INDUSTRI HIBURAN PERMAINAN
MODERN

Telah dideteksi tingkat kemiripan (plagiasi) dengan *software Turnitin* dengan hasil deteksi sebesar 19%, karena itu artikel JTAM ini dinyatakan bebas plagiasi sesuai SK Rektor Nomor 053/UN8/PK/2017

Banjarmasin, 6 Agustus 2026

Koordinator Prodi


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001



SURAT KEASLIAN TULISAN / ORISINALITAS

SURAT KEASLIAN TULISAN / ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ridho Octavian Ramadhan
NIM : 2210312210084
Program Studi : S1- Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Judul Skripsi : **"PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*,
SERVICE QUALITY, DAN *PRODUCT FEATURE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA INDUSTRI
HIBURAN PERMAINAN MODERN"**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri, kecuali dicantumkan sebagai kutipan/acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber kutipan/acuan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi hasil jiplakan, plagiat maupun manipulasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan tanpa paksaan dari siapapun.

Banjarmasin, 21 Juli 2026

Yang membuat pernyataan


44CC9AOX034146192
Ridho Octavian Ramadhan
NIM. 2210312210084

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service Quality*, *Product Feature* terhadap *Revisit Intention* melalui *Customer Satisfaction* Pada Industri Hiburan Permainan Modern”.

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, arahan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. Nuril Huda, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Ibu Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Penguji 1 dan Bapak Dr. H.M. Riza Firdaus, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan dalam rangka penyempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, serta wawasan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta semangat baik secara materi maupun non-materi yang tidak ternilai, sehingga sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Rizky Meirisa, selaku pasangan penulis yang dengan penuh ketulusan yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta ketenangan selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga sangat membantu penulis dalam menjaga konsistensi hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis memahami bahwa skripsi ini masih memiliki sejumlah kelemahan dan belum dapat dikatakan sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk perbaikan kualitas penelitian di masa yang akan datang. Meskipun demikian, penulis tetap berharap karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun para pembaca, serta dapat menambah dan memperluas wawasan yang dimiliki.

Banjarmasin, 22 Juni 2026



Ridho Octavian Ramadhan
NIM. 2210312210084

ABSTRAK

Ridho Octavian Ramadhan (2026). Pengaruh *Experiential Marketing*, *Service Quality*, *Product Feature* Terhadap *Revisit Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Industri Hiburan Permainan Modern. Pembimbing: Dr. Nuril Huda, SE, MM; Penguji I: Laila Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D; Penguji II: Dr. H.M. Riza Firdaus, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction*, (2) pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*, (3) pengaruh *product feature* terhadap *customer satisfaction*, (4) pengaruh *experiential marketing* terhadap *revisit intention*, (5) pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention*, (6) pengaruh *product feature* terhadap *revisit intention*, (7) pengaruh *customer satisfaction* terhadap *revisit intention*, serta (8) pengaruh *experiential marketing*, *service quality*, dan *product feature* terhadap *revisit intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada industri hiburan permainan modern di Kota Banjarmasin

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung industri hiburan permainan modern di Kota Banjarmasin seperti Timezone, Amazone, Funifun, dan W Arena. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 220 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *experiential marketing*, *service quality*, dan *product feature* terprediksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Selanjutnya, *experiential marketing* dan *service quality* terprediksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, sedangkan *product feature* tidak terprediksi memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. *Customer satisfaction* juga terprediksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Selain itu, *customer satisfaction* terprediksi mampu memediasi pengaruh *experiential marketing*, *service quality*, dan *product feature* terhadap *revisit intention* pada industri hiburan permainan modern di Kota Banjarmasin. Peran *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada hubungan *experiential marketing* terhadap *revisit intention* dan *service quality* terhadap *revisit intention* adalah mediasi parsial (*partial mediation*), sedangkan pada hubungan *product feature* terhadap *revisit intention* adalah mediasi penuh (*full mediation*).

Kata kunci: *Experiential Marketing*, *Service Quality*, *Product Feature*, *Customer Satisfaction*, *Revisit Intention*.

ABSTRACT

Ridho Octavian Ramadhan (2026). *The Influence of Experiential Marketing, Service Quality, and Product Feature on Revisit Intention through Customer Satisfaction in the Modern Entertainment Amusement Industry*. Advisor: Dr. Nuril Huda, S.E., M.M.; Examiner I: Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D.; Examiner II: Dr. H. M. Riza Firdaus, S.E., M.M.

This study aims to analyze: (1) the effect of experiential marketing on customer satisfaction, (2) the effect of service quality on customer satisfaction, (3) the effect of product feature on customer satisfaction, (4) the effect of experiential marketing on revisit intention, (5) the effect of service quality on revisit intention, (6) the effect of product feature on revisit intention, (7) the effect of customer satisfaction on revisit intention, and (8) the effect of experiential marketing, service quality, and product feature on revisit intention through customer satisfaction as a mediating variable in the modern entertainment amusement industry in Banjarmasin.

This study uses a quantitative method. The population in this study consists of visitors to modern entertainment amusement centers in Banjarmasin such as Timezone, Amazone, Funifun, and W Arena. The sample consisted of 220 respondents selected using purposive sampling technique. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS-SEM).

The results show that experiential marketing, service quality, and product feature are predicted to have a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, experiential marketing and service quality are predicted to have a positive and significant effect on revisit intention, while product feature is not predicted to have a significant effect on revisit intention. Customer satisfaction is also predicted to have a positive and significant effect on revisit intention. In addition, customer satisfaction is predicted to mediate the effects of experiential marketing, service quality, and product feature on revisit intention in the modern entertainment amusement industry in Banjarmasin. The role of customer satisfaction as a mediating variable in the relationship between experiential marketing and revisit intention and between service quality and revisit intention is partial mediation, while in the relationship between product feature and revisit intention, it is full mediation.

Keywords: Experiential Marketing, Service Quality, Product Feature, Customer Satisfaction, Revisit Intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
BERITA ACARA HASIL UJIAN SKRIPSI	vi
SERTIFIKASI PLAGIASI.....	vii
SURAT KEASLIAN TULISAN / ORISINALITAS	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1. Manfaat Teoritis	17
1.4.2. Manfaat Praktis	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Landasan Teori	19
2.1.1. Teori <i>Stimulus – Organism – Response</i> (SOR).....	19
2.1.2. <i>Revisit Intention</i>	21
2.1.3. <i>Experiential Marketing</i>	23
2.1.4. <i>Service Quality</i>	27
2.1.5. <i>Product Feature</i>	29
2.1.6. <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	35
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	41
3.1. Kerangka Konseptual (Model Penelitian)	41
3.2. Hipotesis Penelitian.....	42
3.2.1. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	42
3.2.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	43
3.2.3. Pengaruh <i>Product Feature</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	44
3.2.4. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	45
3.2.5. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	45
3.2.6. Pengaruh <i>Product Feature</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	46
3.2.7. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i>	47
3.2.8. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui mediasi <i>Customer Satisfaction</i>	48
3.2.9. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui mediasi <i>Customer Satisfaction</i>	48
3.2.10. Pengaruh <i>Product Feature</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> melalui mediasi <i>Customer Satisfaction</i>	49
BAB IV METODE PENELITIAN	51
4.1. Ruang Lingkup Penelitian	51
4.2. Jenis Penelitian	51
4.3. Tempat/Lokasi Penelitian.....	52

4.4. Unit Analisis.....	52
4.5. Populasi dan Sampel	52
4.5.1. Populasi	52
4.5.2. Sampel.....	53
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	54
4.6.1. Variabel Penelitian	54
4.6.2. Definisi Operasional Variabel.....	56
4.7. Teknik Pengumpulan Data	59
4.7.1. Kuesioner	59
4.7.2. Pengukuran Variabel	59
4.8. Teknik Analisis Data	60
4.8.1. Analisis Deskriptif	60
4.8.2. <i>Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM – PLS)</i>	60
4.8.3. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	60
4.8.4. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	62
4.8.5. Uji Hipotesis.....	62
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	64
5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
5.1.1. Timezone	64
5.1.2. Amazone	64
5.1.3. FuniFun	65
5.1.4. W Arena	66
5.2. Hasil dan Analisis.....	66
5.2.1. Karakteristik Responden	66
5.2.2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	71
5.2.3. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	82
5.2.4. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	95
5.2.5. Uji Hipotesis.....	100
5.2.6. Pembahasan Hasil Penelitian	105

5.2.7. Implikasi Hasil Penelitian	129
BAB VI PENUTUP	136
6.1. Kesimpulan.....	136
6.2. Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	148

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Objek Penelitian Industri Hiburan Permainan Modern di Kota Banjarmasin	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 4. 1 Distribusi Sampel per Lokasi Industri Hiburan Permainan Modern di Kota Banjarmasin	54
Tabel 4. 2 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 4. 3 Skala Pengukuran.....	59
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	69
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Permainan	70
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Kunjungan	71
Tabel 5. 7 Kriteria Tiga Kotak (<i>Three-box Method</i>).....	72
Tabel 5. 8 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Experiential Marketing</i> ...	73
Tabel 5. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Service Quality</i>	75
Tabel 5. 10 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Product Feature</i>	78
Tabel 5. 11 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ...	79
Tabel 5. 12 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Revisit Intention</i>	81
Tabel 5. 13 Hasil <i>Outer Loading</i> Tahap Pertama	83
Tabel 5. 14 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> Tahap Pertama.....	85
Tabel 5. 15 Hasil <i>Outer Loading</i> Tahap Kedua	86
Tabel 5. 16 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> Tahap Kedua	87

Tabel 5. 17 Hasil Nilai <i>Cross Loading</i> Sebelum Eliminasi	88
Tabel 5. 18 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> Sebelum Eliminasi.....	89
Tabel 5. 19 Hasil <i>Cross Loading</i> Setelah Eliminasi	90
Tabel 5. 20 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> Setelah Eliminasi.....	92
Tabel 5. 21 Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	93
Tabel 5. 22 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	95
Tabel 5. 23 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	97
Tabel 5. 24 Hasil Nilai <i>F-Square</i>	98
Tabel 5. 25 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	99
Tabel 5. 26 Hasil <i>Path Coefficients</i> dan <i>Direct Effect</i>	101
Tabel 5. 27 Hasil <i>Indirect Effect</i>	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Perkiraan Pertumbuhan Pasar <i>Family Entertainment Center</i> (Global) 2023 – 2032.....	2
Gambar 1. 2 Frekuensi Masyarakat Indonesia Bermain Game Dalam Sepekan	4
Gambar 1. 3 Persentase Per Kapita Untuk Konsumsi Bukan Makanan di Kota Banjarmasin Tahun 2021-2024.....	7
Gambar 1. 4 Dokumentasi Industri Hiburan Permainan Modern di Duta Mall Banjarmasin	9
Gambar 1. 5 Dokumentasi Area W Arena Banjarmasin	9
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	149
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	156
Lampiran 3 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	167
Lampiran 4 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	173
Lampiran 5 Grafik <i>Output</i>	175