

**PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI CIWANGUN INDAH CAMP (CIC)
BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure**



Disusun oleh:
Syahna Gustari
1908107

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2023**

**PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI CIWANGUN INDAH CAMP (CIC),
KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Oleh

Syahna Gustari

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Syahna Gustari 2023 Universitas Pendidikan Indonesia Juni 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya
atau sebagian, Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari
penulis.

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

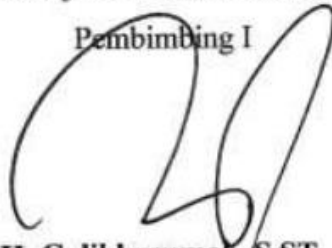
Syahna Gustari

1908107

**PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI CIWANGUN INDAH CAMP (CIC),
KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. A.H. Galihkusumah, S.ST., MM.

NIP. 19810522201012 1 006

Pembimbing II



Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si.

NIP. 198807032 015042 002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

NIP. 19791215 200812 2 002

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengalaman Berkunjung Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Ciwangun Indah Camp (CIC) dengan mediator *Memories*”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan dan tidak ada di dalamnya yang merupakan plagiat dari hasil karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Syahna Gustari

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa membimbing dan menyertai penulis selama proses pengerjaan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengalaman Berkunjung Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Ciwangun Indah Camp (CIC) dengan mediator *Memories*.”** Penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada Ibu tersayang, Ibu Dwi Astuti dan Ayah tersayang, Bapak Agus Sofyan yang dengan sepenuh hati mendukung penulis dari awal penyusunan skripsi hingga tahap akhir.

Skripsi yang telah disusun penulis ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan kapasitas yang ada, baik dari segi langkah maupun penyusunannya terutama dari segi ilmiahnya. Namun Ibu dan Bapa Dosen Pembimbing memberikan banyak bantuan serta dorongan akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu, demi menyelesaikan Skripsi ini dengan baik, penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan mendukung.

Pada momen ini dengan segala ketulusan hati, penulis mengucapkan terimakasih atas segala perhatian dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung yang diberikan oleh berbagai pihak, kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia dan kepada Dr. Agus Mulyana M.Hum. selaku Dekan FPIPS yang telah memberikan izin dan kemudahan selama penulis mengikuti perkuliahan dalam program studi Manajemen Resort dan Leisure,
2. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.SE., M.E., selaku Kepala Prodi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan izin dan kemudahan selama penulis mengikuti perkuliahan dalam program studi Manajemen Resort dan Leisure.

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Bapak Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., Par., MM., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan waktu dan kesempatan membimbing, mengoreksi, mengarahkan dan memberi perhatian, motivasi, serta pertunjuk-petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini dan Ibu Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si., selaku Pembimbing kedua yang turut memberikan perhatian, bimbingan dan saran dalam penyelesaian proposal ini.
4. Seluruh dosen program studi Manajemen Resort dan Leisure, terimakasih atas segala ilmu, wawasan, dan pengalaman selama menjalani pendidikan di bangku kuliah.
5. Kepada para karyawan Hotel De Braga Bandung by ARTOTEL, Kak Andini, Kak Mitta, Mba Lia, Kak Ryana, Pak Yadi, Mas Dadan, Kak Juwita, Ibu Ami, Ibu Dita, Pak Andry, Edgar dan karyawan lainnya yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis selama masa *on the job training*.
6. Kepada sahabat terbaik penulis, Fifit Sulisnawati yang selalu menghibur, memberi motivasi dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi.
7. Kepada sahabat terbaik Vitariani yang selalu memberikan semangat dan menghibur penulis.
8. Kepada Diva Zwisda yang merupakan rekan satu lokasi penelitian penulis yang menemani sekaligus membantu penulis dalam penelitian.
9. Kepada Khaupillah, Ernawati, Salsabilla, Lusiana, Ghozi, Cenny, Ghozi, Mia, Qonita, Indah dan Riefan yang telah banyak membantu penulis semasa perkuliahan.
10. Kepada Siti Sarah dan Clara yang banyak membantu penulis mengatasi kesulitan mengerjakan skripsi.
11. Kepada Sintia, Lilis dan Nenden yang telah menjadi sahabat terbaik penulis semasa hidup.

12. Kepada Annisa, Gisella, Cindy, Intan, Irene dan Frea yang telah mewarnai kehidupan masa SMA penulis.
13. Kepada Snoopy, yang telah menjadi sistem pendukung penulis, yang selalu mengapresiasi, memotivasi, membantu penulis dan menjadi penenang penulis.
14. Kepada aktor Kim Nam Gil yang telah menjadi idola dan *role model* penulis dalam menjalani hidup agar terus bekerja keras, tidak mudah menyerah dan *positif vibes*.
15. Teman-teman seperjuangan saya Mahasiswa/I khususnya Prodi Manajemen Resort dan Leisure angkatan 2019, yang selalu memberikan perhatian, semangat, dukungan, dan doa kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
16. Seluruh orang baik disekeliling penulis.

Penutup ini adalah wujud rasa terima kasih penulis kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan, meskipun tidak bisa disebutkan satu per satu, dalam mengakhiri penyusunan skripsi ini. Penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumber pengetahuan baru bagi setiap pembacanya. Terakhir, penulis ingin menyampaikan bahwa demikianlah kata-kata penutup ini, sekian dan terima kasih.

Bandung, Agustus 2023

Hormat saya,

Syahna Gustari

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI CIWANGUN INDAH CAMP (CIC)
BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES***

ABSTRAK

Syahna Gustari

1908107

Pengalaman wisatawan dicenderung menjadi faktor yang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali seseorang. Sebuah pengalaman akan menghasilkan *memories* didalamnya. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penilaian pada pengalaman wisatawan dan *memories* di Ciwangun Indah Camp, maka akan semakin tinggi juga pengaruhnya dalam niat untuk berkunjung kembali. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman wisatawan terhadap niat berkunjung kembali di Ciwangun Indah Camp dengan mediator *memories* di Ciwangun Indah Camp. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 220 responden dengan teknik *purposive sampling* pada wisatawan di Ciwangun Indah Camp. Adapun metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan verifikatif dengan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Partial Least Square* (PLS). Analisis data dilakukan dengan menggunakan program SmartPLS versi 3.0. Hasil pada penelitian ini yaitu: 1) Pengalaman wisatawan, *memories* dan niat berkunjung kembali dinilai baik; 2) pengalaman wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali; 3) Pengalaman wisatawan berpengaruh signifikan terhadap *memories*; dan 4) *Memories* berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Adapun implikasi dari penelitian ini yaitu Ciwangun Indah Camp harus terus meningkatkan aktivitas yang ada, agar pengalaman wisatawan dapat menciptakan *memories* yang positif, sehingga dapat meningkatkan niat berkunjung kembali.

Kata Kunci : pengalaman wisatawan, niat berkunjung kembali, *memories*, Ciwangun Indah Camp, Bandung Barat

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI CIWANGUN INDAH CAMP (CIC)
BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES***

ABSTRACT

Syahna Gustari

1908107

Tourist experience tends to be a factor that can influence someone's intention to revisit. The experience of tourists is believed to be one of the determinants of intentions to visit again. An experience will certainly create memories in it. The findings of this study indicate that the higher the rating on tourist experience and memories at Ciwangun Indah Camp, the higher the influence on intention to revisit. This study aims to analyze the effect of tourist experience on intention to return to Ciwangun Indah Camp with mediator memories at Ciwangun Indah Camp. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 220 respondents using a purposive sampling technique for tourists at Ciwangun Indah Camp. The research method used in this study is a quantitative method using descriptive and verification analysis techniques with Structural Equation Modeling (SEM) and Partial Least Square (PLS) techniques. Data analysis was performed using the SmartPLS version 3.0 program. The results of this study are: 1) Tourist experience, memories and intention to visit again are considered good; 2) tourist experience has a significant effect on intention to revisit; 3) Tourist experience has a significant effect on memories; and 4) Memories have a significant effect on the intention to visit again. The implication of this research is that Ciwangun Indah Camp must continue to improve existing activities, so that the tourist experience can create positive memories, so as to increase the intention to revisit.

Keyword : customer experience, revisit intention, memories, Ciwangun Indah Camp, Bandung Barat

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar belakang penelitian | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.4.1 Manfaat Praktis | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Teoritis | 8 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Konsep Pengalaman Wisatawan | 10 |
| 2.1.1 Pengertian Pengalaman Wisatawan | 10 |
| 2.1.2 Indikator Pengalaman Wisatawan | 11 |
| 2.2 Konsep Niat Berkunjung Kembali | 13 |
| 2.2.1 Model Niat Berkunjung Kembali | 13 |
| 2.2.2 Indikator Niat Berkunjung Kembali | 14 |

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

| | |
|--|-----------|
| 2.3 Peran Mediasi <i>Memories</i> | 15 |
| 2.3.1 Model Mediasi <i>Memories</i> | 15 |
| 2.3.2 Indikator <i>Memories</i> | 16 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu | 16 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran | 19 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 22 |
| 3.1 Desain/Metode Penelitian | 22 |
| 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian | 23 |
| 3.3. Populasi dan Sampel | 23 |
| 3.3.1. Populasi | 23 |
| 3.3.2. Sampel | 24 |
| 3.3.3 Teknik Sampling | 25 |
| 3. 4 Operasional Variabel | 25 |
| 3. 5. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| 3.5.1. Instrumen | 28 |
| 3.5.2. Jenis dan Sumber Data | 29 |
| 3.5.3. Teknik Pengumpulan Data | 30 |
| 3.6 Uji Instrument | 31 |
| 3.6.1 Pengujian Validitas | 31 |
| 3.6.2. Pengujian Reliabilitas | 33 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 35 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif | 35 |
| 3.7.2 Analisis Verifikatif | 36 |
| 3.7.3 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dan <i>Partial Least Square (PLS)</i> | 37 |
| 3.7.4 Diagram Jalur Penelitian | 38 |
| 3.7.5 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 39 |
| 3.7.6 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 40 |
| BAB IV PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1 Gambaran Umum Ciwangun Indah Camp | 44 |

| | |
|---|----|
| 4.1.1 Profil Kawasan Wisata Ciwangun Indah Camp | 44 |
| 4.1.2 Daya Tarik dan Aktivitas Wisata di Ciwangun Indah Camp | 44 |
| 4.1.3 Profil Wisatawan | 48 |
| 4.2 Hasil Analisis Deskriptif | 55 |
| 4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif variabel Pengalaman Wisatawan | 55 |
| 4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif variabel Memories | 59 |
| 4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif variabel Niat Berkunjung Kembali | 60 |
| 4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 61 |
| 4.3.1 <i>Convergen Validity</i> | 62 |
| 4.3.2 <i>Discriminant Validity</i> | 62 |
| 4.3.3 Analisis Uji Reliabilitas..... | 62 |
| 4.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 63 |
| 4.4.1 Evaluasi Nilai Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)..... | 63 |
| 4.4.2 Evaluasi Nilai <i>Predictive Relevance (Q-Square)</i> | 64 |
| 4.4.3 Estimasi Path Coefficient | 65 |
| 4.4.4 Uji Kriteria Goodness of Fit (<i>GoF</i>) | 65 |
| 4.4.5 Uji Hipotesis | 66 |
| 4.5 Pembahasan Pengaruh Pengalaman Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali..... | 70 |
| 4.6 Pembahasan Pengaruh Pengalaman Wisatawan terhadap <i>Memories</i> | 71 |
| 4.7 Pembahasan Pengaruh <i>Memories</i> terhadap Niat Berkunjung Kembali..... | 72 |
| 4.8 Pembahasan Pengaruh Pengalaman Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Mediator <i>Memories</i> | 73 |
| BAB V KESIMPULAN | 74 |
| 5.1 Kesimpulan | 74 |
| 5.2 Implikasi dan Rekomendasi | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | 77 |
| LAMPIRAN | 87 |
| Lampiran 1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi..... | 87 |

| | |
|--|-----|
| Lampiran 2. Surat Permohonan Izin Penelitian | 88 |
| Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian..... | 89 |
| Lampiran 4. Tabulasi data | 92 |
| Lampiran 5. Catatan Bimbingan | 100 |
| Lampiran 6. Riwayat Hidup | 103 |

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 17 |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel | 25 |
| Tabel 3. 2 Keterangan Likert..... | 29 |
| Tabel 3. 3 Pengujian Validitas | 32 |
| Tabel 3. 4 Pengujian Reliabilitas..... | 34 |
| Tabel 3. 5 Hasil Data Analisis Deskriptif..... | 35 |
| Tabel 3. 6 Kriteria Presentase Skor Tanggapan Responden..... | 36 |
| Tabel 4. 1 Daya Tarik dan Aktivitas di Ciwangun Indah Camp..... | 48 |
| Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Pengalaman Wisatawan | 55 |
| Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Memories | 59 |
| Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Niat Berkunjung Kembali..... | 60 |
| Tabel 4. 5 Hubungan antara variabel laten dengan indikator. | 61 |
| Tabel 4. 6 Nilai <i>R-Square</i> | 63 |
| Tabel 4. 7 Nilai <i>Q-Square</i> | 64 |
| Tabel 4. 8 Hasil dari pengujian <i>Goodness of Fit (GoF)</i> | 66 |
| Tabel 4. 9 Pengujian Pengaruh Langsung (<i>Path Coefficients</i>)..... | 67 |
| Tabel 4. 10 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect effect</i>) | 69 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Pengunjung..... | 4 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... | 20 |
| Gambar 4. 1 Camping Ground | 45 |
| Gambar 4. 2 Area Tracking | 45 |
| Gambar 4. 3 Perkebunan Teh Sumber..... | 46 |
| Gambar 4. 4 Curug Putri Sumber..... | 46 |
| Gambar 4. 5 Curug Tilu | 47 |
| Gambar 4. 6 Fasilitas Outbond Sumber | 47 |
| Gambar 4. 7 Toko Souvenir | 48 |
| Gambar 4. 8 Jenis Kelamin Responden | 49 |
| Gambar 4. 9 Usia Responden | 49 |
| Gambar 4. 10 Asal Tempat Tinggal Responden | 50 |
| Gambar 4. 11 Pekerjaan Responden | 51 |
| Gambar 4. 12 Penghasilan Responden..... | 52 |
| Gambar 4. 13 Frekuensi Kunjungan Responden | 53 |
| Gambar 4. 14 Pola Kunjungan Responden | 54 |
| Gambar 4. 15 Sumber Informasi Kunjungan Responden | 54 |
| Gambar 4. 16 Pengujian Hipotesis..... | 67 |

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A., Patrisia, D., Trinanda, O., Omar, M. W., & Wardi, Y. (2021). Antecedents of word of mouth in Muslim-friendly tourism marketing: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 882–899.
- Adhikari, A., & Bhattacharya, S. (2016). Appraisal of literature on customer experience in tourism sector: review and framework. *Current Issues in Tourism*, 19(4), 296–321.
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(1), 85–100. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>
- Andereck, K., Bricker, K. S., Kerstetter, D., & Nickerson, N. P. (2006). Connecting experiences to quality: Understanding the meanings behind visitors' experiences. *Quality Tourism Experiences*, 81–98.
- Bakir, A., & Baxter, S. G. (2011). “Touristic Fun”: Motivational Factors for Visiting Legoland Windsor Theme Park. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3–4), 407–424. <https://doi.org/10.1080/19368623.2011.562431>
- Baloglu, S., & Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 32–38.
- Barnes, S. J., Mattsson, J., & Sørensen, F. (2016). Remembered experiences and revisit intentions: A longitudinal study of safari park visitors. *Tourism Management*, 57, 286–294. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.014>
- Bonn, M. A., Cho, M., Lee, J. J., & Kim, J. H. (2016). A multilevel analysis of the

- effects of wine destination attributes on travel constraints and revisit intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(11), 2399–2421.
- Chang, L.-L., F. Backman, K., & Chih Huang, Y. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 401–419.
- Chang, L. L., Backman, K. F., & Huang, Y. C. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 8(4), 401–419. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032>
- Cipta, R. (1999). Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. *Jurnal Gerbang*, 8(1).
- Del Bosque, I. R., & San Martín, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 551–573.
- Effendi, B. (2021). Nilai Perusahaan: Kontribusi Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Pada Perusahaan Industri Manufaktur di Banten. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 6(1), 125–138.
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107–123.
- Hosany, S., & Witham, M. (2010). Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351–364.
- Hu, F., Teichert, T., Deng, S., Liu, Y., & Zhou, G. (2021). Dealing with pandemics: An investigation of the effects of COVID-19 on customers' evaluations of

- hospitality services. *Tourism Management*, 85, 104320.
- Huang, S., & Hsu, C. H. C. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of Travel Research*, 48(1), 29–44.
- Hung, W.-L., Lee, Y.-J., & Huang, P.-H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763–770.
- Hung, W., Lee, Y., & Huang, P. (n.d.). *Current Issues in Tourism Creative experiences , memorability and revisit intention in creative tourism. November 2014*, 37–41. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.877422>
- Ismail, A. R. (2010). *Investigating British customers ' experience to maximize brand loyalty within the context of tourism in Egypt : Netnography & structural modelling approach*.
- Khairani, K. (2009). Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Citra Daerah Tujuan Wisata: Studi Kasus Wisatawan Nusantara Yang Berwisata Ke Yogyakarta Periode 2007-2009. *Undergraduate Thesis, Universitas Indonesia*.
- Kim, J., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). *Journal of Travel Research. November 2010*. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7–18.
- Lin, C.-H., & Kuo, B. Z.-L. (2016). The behavioral consequences of tourist experience. *Tourism Management Perspectives*, 18, 84–91.
- Loureiro, S. M. C. (2014). The role of the rural tourism experience economy in place attachment and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.02.010>

- Mak, J. (2003). *Tourism and the Economy*. University of Hawaii Press.
- Marcussen, C. H. (2011). Determinants of tourist satisfaction and intention to return. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 59(2), 203–221.
- Marschall, S. (2012). TOURISM AND MEMORY. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2216–2219. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.001>
- McKercher, B. (2018). The impact of distance on tourism: a tourism geography law. *Tourism Geographies*, 20(5), 905–909.
- Moon, H., & Han, H. (2018). Destination attributes influencing Chinese travelers' perceptions of experience quality and intentions for island tourism: A case of Jeju Island. *Tourism Management Perspectives*, 28(July), 71–82. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.002>
- Narimawati, U. (2010). *Research methodology and research design*.
- Nurrachmi, W. W. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI TAMAN WISATA KARANG RESIK KOTA TASIKMALAYA*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119–132.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy* (Vol. 76, Issue 4). Harvard Business Review Press Cambridge, MA, USA.
- Pine, I. I., Joseph, B., & Gillmore, J. H. (1999). The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business A Stage. *Harvard Business School Press, Boston*, 10(9781781004227.00007).
- Pratminingsih, S. A., Rudatin, C. L., & Rimenta, T. (2014). Roles of motivation and destination image in predicting tourist revisit intention: A case of Bandung-Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(1), 19.

- Priyatno, D. (2011). *Buku saku analisis statistik data SPSS*. Media Pressindo.
- Putri, A. D. (2022). *PENGARUH PENGALAMAN PENGUNJUNG TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI THE GREAT ASIA AFRICA LEMBANG*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Quadri-Felitti, D., & Fiore, A. M. (2012). Experience economy constructs as a framework for understanding wine tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 3–15. <https://doi.org/10.1177/1356766711432222>
- Rageh, A., Melewar, T. C., & Woodside, A. (2013). Using netnography research method to reveal the underlying dimensions of the customer/tourist experience. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(2), 126–149.
- Ramukumba, T. (2018). Tourists revisit intentions based on purpose of visit and preference of the destination. A case study of Tsitsikamma National Park. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), 1–10.
- Riduwan, E. A. K. (2012). *Cara Mernggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*.
- Riduwan, E. A. K., & Kuncoro, E. A. (2013). Cara Mudah Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur). *Bandung (ID): Alfabeta*.
- Som, A. P. M., Marzuki, A., & Yousefi, M. (2012). Factors influencing visitors' revisit behavioral intentions: A case study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 4(4), 39.
- Song, H. J., Lee, C.-K., Park, J. A., Hwang, Y. H., & Reisinger, Y. (2015). The influence of tourist experience on perceived value and satisfaction with temple stays: The experience economy theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), 401–415.
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35–43.

- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Supranto, J. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah: untuk Menaikkan Pangsa Pasar. *Jakarta: PT. Rineka Cipta*.
- Vogel, H. L. (2020). *Entertainment industry economics: A guide for financial analysis*. Cambridge University Press.
- Wang, W., Chen, J. S., Fan, L., & Lu, J. (2012). Tourist experience and wetland parks: A case of Zhejiang, China. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1763–1778.
- Widayanto, M. T., Pujiastuti, A., Yatiningrum, A., & Dhany, U. R. (2020). Sosialisasi Pentingnya Legalitas Usaha Dan Penjualan Online Untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(2), 240–246.
- Yang, S., Mohd Isa, S., & Ramayah, T. (2020). A theoretical framework to explain the impact of destination personality, self-congruity, and tourists' emotional experience on behavioral intention. *Sage Open*, 10(4), 2158244020983313.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27–36.
- Abror, A., Patrisia, D., Trinanda, O., Omar, M. W., & Wardi, Y. (2021). Antecedents of word of mouth in Muslim-friendly tourism marketing: the role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 882–899.
- Adhikari, A., & Bhattacharya, S. (2016). Appraisal of literature on customer experience in tourism sector: review and framework. *Current Issues in Tourism*, 19(4), 296–321.
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(1), 85–100.

<https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>

- Andereck, K., Bricker, K. S., Kerstetter, D., & Nickerson, N. P. (2006). Connecting experiences to quality: Understanding the meanings behind visitors' experiences. *Quality Tourism Experiences*, 81–98.
- Bakir, A., & Baxter, S. G. (2011). “Touristic Fun”: Motivational Factors for Visiting Legoland Windsor Theme Park. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3–4), 407–424.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2011.562431>
- Baloglu, S., & Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 32–38.
- Barnes, S. J., Mattsson, J., & Sørensen, F. (2016). Remembered experiences and revisit intentions: A longitudinal study of safari park visitors. *Tourism Management*, 57, 286–294. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.014>
- Bonn, M. A., Cho, M., Lee, J. J., & Kim, J. H. (2016). A multilevel analysis of the effects of wine destination attributes on travel constraints and revisit intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(11), 2399–2421.
- Chang, L.-L., F. Backman, K., & Chih Huang, Y. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 401–419.
- Chang, L. L., Backman, K. F., & Huang, Y. C. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 8(4), 401–419.
<https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032>

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
CIWANGUN INDAH CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Cipta, R. (1999). Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. *Jurnal Gerbang*, 8(1).
- Del Bosque, I. R., & San Martín, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 551–573.
- Effendi, B. (2021). Nilai Perusahaan: Kontribusi Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Pada Perusahaan Industri Manufaktur di Banten. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 6(1), 125–138.
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107–123.
- Hosany, S., & Witham, M. (2010). Dimensions of cruisers' experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351–364.
- Hu, F., Teichert, T., Deng, S., Liu, Y., & Zhou, G. (2021). Dealing with pandemics: An investigation of the effects of COVID-19 on customers' evaluations of hospitality services. *Tourism Management*, 85, 104320.
- Huang, S., & Hsu, C. H. C. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of Travel Research*, 48(1), 29–44.
- Hung, W.-L., Lee, Y.-J., & Huang, P.-H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763–770.
- Hung, W., Lee, Y., & Huang, P. (n.d.). *Current Issues in Tourism Creative experiences , memorability and revisit intention in creative tourism. November 2014*, 37–41. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.877422>
- Ismail, A. R. (2010). *Investigating British customers ' experience to maximize brand loyalty within the context of tourism in Egypt : Netnography &*

structural modelling approach.

- Khairani, K. (2009). Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Citra Daerah Tujuan Wisata: Studi Kasus Wisatawan Nusantara Yang Berwisata Ke Yogyakarta Periode 2007-2009. *Undergraduate Thesis, Universitas Indonesia.*
- Kim, J., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). *Journal of Travel Research*. November 2010. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7–18.
- Lin, C.-H., & Kuo, B. Z.-L. (2016). The behavioral consequences of tourist experience. *Tourism Management Perspectives*, 18, 84–91.
- Loureiro, S. M. C. (2014). The role of the rural tourism experience economy in place attachment and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.02.010>
- Mak, J. (2003). *Tourism and the Economy*. University of Hawaii Press.
- Marcussen, C. H. (2011). Determinants of tourist satisfaction and intention to return. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 59(2), 203–221.
- Marschall, S. (2012). TOURISM AND MEMORY. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2216–2219. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.001>
- McKercher, B. (2018). The impact of distance on tourism: a tourism geography law. *Tourism Geographies*, 20(5), 905–909.
- Moon, H., & Han, H. (2018). Destination attributes influencing Chinese travelers' perceptions of experience quality and intentions for island tourism: A case of Jeju Island. *Tourism Management Perspectives*, 28(July), 71–82. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.002>
- Narimawati, U. (2010). *Research methodology and research design*.

- Nurrachmi, W. W. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI TAMAN WISATA KARANG RESIK KOTA TASIKMALAYA*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119–132.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy* (Vol. 76, Issue 4). Harvard Business Review Press Cambridge, MA, USA.
- Pine, I. I., Joseph, B., & Gilmore, J. H. (1999). The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business A Stage. *Harvard Business School Press, Boston*, 10(9781781004227.00007).
- Pratminingsih, S. A., Rudatin, C. L., & Rimenta, T. (2014). Roles of motivation and destination image in predicting tourist revisit intention: A case of Bandung-Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(1), 19.
- Priyatno, D. (2011). *Buku saku analisis statistik data SPSS*. Media Pressindo.
- Putri, A. D. (2022). *PENGARUH PENGALAMAN PENGUNJUNG TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI THE GREAT ASIA AFRICA LEMBANG*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Quadri-Felitti, D., & Fiore, A. M. (2012). Experience economy constructs as a framework for understanding wine tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 3–15. <https://doi.org/10.1177/1356766711432222>
- Rageh, A., Melewar, T. C., & Woodside, A. (2013). Using netnography research method to reveal the underlying dimensions of the customer/tourist experience. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(2), 126–149.
- Ramukumba, T. (2018). Tourists revisit intentions based on purpose of visit and

- preference of the destination. A case study of Tsitsikamma National Park. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), 1–10.
- Riduwan, E. A. K. (2012). *Cara Mernggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*.
- Riduwan, E. A. K., & Kuncoro, E. A. (2013). Cara Mudah Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur). *Bandung (ID): Alfabeta*.
- Som, A. P. M., Marzuki, A., & Yousefi, M. (2012). Factors influencing visitors' revisit behavioral intentions: A case study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 4(4), 39.
- Song, H. J., Lee, C.-K., Park, J. A., Hwang, Y. H., & Reisinger, Y. (2015). The influence of tourist experience on perceived value and satisfaction with temple stays: The experience economy theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), 401–415.
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35–43.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Supranto, J. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah: untuk Menaikkan Pangsa Pasar. *Jakarta: PT. Rineka Cipta*.
- Vogel, H. L. (2020). *Entertainment industry economics: A guide for financial analysis*. Cambridge University Press.
- Wang, W., Chen, J. S., Fan, L., & Lu, J. (2012). Tourist experience and wetland parks: A case of Zhejiang, China. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1763–1778.
- Widayanto, M. T., Pujiastuti, A., Yatinigrum, A., & Dhany, U. R. (2020). Sosialisasi Pentingnya Legalitas Usaha Dan Penjualan Online Untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Abdimas Bina*

Bangsa, 1(2), 240–246.

Yang, S., Mohd Isa, S., & Ramayah, T. (2020). A theoretical framework to explain the impact of destination personality, self-congruity, and tourists' emotional experience on behavioral intention. *Sage Open*, 10(4), 2158244020983313.

Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27–36.

Andereck, K., Bricker, K. S., Kerstetter, D., & Nickerson, N. P. (2006). Connecting experiences to quality: Understanding the meanings behind visitors' experiences. *Quality tourism experiences*, 81-

Syahna Gustari, 2023

PENGARUH PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI CIWANGUN INDAH
CAMP (CIC) BANDUNG BARAT DENGAN MEDIATOR *MEMORIES*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu