

**PENGARUH *MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE* TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI DESTINASI WISATA
SITU CIPANTEN KABUPATEN MAJALENGKA**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan (S.Pd.) konsentrasi Pendidikan Geografi



oleh

Egy Herdiana

1801928

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

EGY HERDIANA

**PENGARUH *MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE* TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI DESTINASI WISATA
SITU CIPANTEN KABUPATEN MAJALENGKA**

disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Prof. Dr. Hi. Enok Maryani, M.S.

NIP. 1960012 1198503 2 001

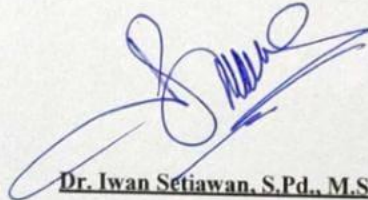
Pembimbing II



Arif Ismail, S.Si., M.Si.

NIP. 19830715 201504 1 002

Ketua Program Studi Pendidikan Geografi



Dr. Iwan Setiawan, S.Pd., M.Si.

NIP. 19710604 199903 1 002

**HALAMAN PERNYATAAN TENTANG KEASLIAN SKRIPSI DAN
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Memorable Tourism Experience* terhadap *Behavioral Intention* Wisatawan di Destinasi Wisata Citu Cipanten Kabupaten Majalengka” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, November 2022



Egy Herdiana

NIM. 1801928

ABSTRAK
PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION WISATAWAN DI DESTINASI WISATA
SITU CIPANTEN KABUPATEN MAJALENGKA

Oleh:

Egy Herdiana (1801928)

herdianaegy@upi.edu

Pembimbing:

Prof. Hj. Dr. Enok Maryani., M.S.¹ Arif Ismail., S. Si., M.Si.²

enokmaryani@upi.edu arifismail@upi.edu

Situ Cipanten terletak di Desa Gunung Kuning Kecamatan Gunung Kuning, Kabupaten Majalengka, merupakan salah satu daerah tujuan wisata alam yang menawarkan suasana berbeda dari situ pada umumnya. Hal ini menarik wisatawan lokal maupun luar daerah untuk berkunjung. Kualitas suatu kunjungan ke destinasi akan bergantung kepada peningkatan kualitas dan kuantitas suatu destinasi wisata. Perubahan dari berbagai aturan yang terjadi selama covid-19 menjadi pertimbangan kunjungan sehingga memunculkan suatu perilaku wisatawan, sebagai dasar bagaimana pengelola wisata dapat merumuskan strategi pengembangan wisata yang memberikan pengalaman tak terlupakan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret hingga Juli 2022 dengan metode penelitian yang digunakan menggunakan *mix method*, dimana setelah kuesioner dibagikan secara daring dan luring sebanyak 150 responden yang pernah berkunjung pada masa pandemi secara deskriptif dan verifikatif. Data diolah menggunakan SPSS Versi 20. Peneliti menemukan bahwa *memorable tourism experience* merupakan suatu bentuk penilaian yang dibentuk oleh aspek edukasi, ekonomi, konservasi, dan partisipasi masyarakat di Situ Cipanten dalam membangun pengalaman yang akan dirasakan oleh wisatawan. Selain itu, wisatawan yang berkunjung memberikan rekomendasi kepada wisatawan yang lain maka tercipta keputusan untuk berwisata dengan berkunjung kembali untuk merasakan perasaan secara emosional baik itu kesan positif maupun negatif setelah berkunjung dalam membangun *behavioral intention*.

Kata Kunci: *Situ Cipanten, Memorable Tourism Experience, Behavioral Intention*

ABSTRACT
***THE EFFECT OF MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE ON THE
BEHAVIORAL INTENTION OF TOURISTS IN THE CIPANTEN
TOURISM DESTINATION, MAJALENGKA REGENCY***

By:

**Egy Herdiana (1801928)
herdianaegy@upi.edu**

Advisor:

**Prof. Hj. Dr. Enok Maryani., M.S.¹ Arif Ismail., S.Si., M.Si.²
enokmaryani@upi.edu arifismail@upi.edu**

Situ Cipanten is located in Gunung Kuning Village, Gunung Kuning District, Majalengka Regency, is one of the natural tourist destinations that offers a different atmosphere from the lake in general. This attracts local and foreign tourists to visit. The quality of a visit to a destination will depend on improving the quality and quantity of a tourist destination. Changes in the various rules that occurred during COVID-19 were taken into consideration for visits so that it gave rise to tourist behavior, as the basis for how tourism managers can formulate tourism development strategies that provide unforgettable experiences. This research was conducted from March to July 2022 with the research method used using a mix method, where after the questionnaires were distributed online and offline as many as 150 respondents who had visited during the pandemic descriptively and verified. The data was processed using SPSS Version 20. Researchers found that memorable tourism experience is a form of assessment formed by aspects of education, economy, conservation, and community participation in Situ Cipanten in building experiences that will be felt by tourists. In addition, tourists who visit provide recommendations to other tourists, so a decision is made to travel by visiting again to feel emotional feelings, both positive and negative impressions after visiting in building behavioral intention.

Keywords: *Situ Cipanten, Memorable Tourism Experience, Behavioral Intention*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN TENTANG KEASLIAN SKRIPSI DAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	6
1.6 Definisi Operational	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 <i>Memorable Tourism Experience</i>	8
2.1.1.1 Konsep dan Definisi <i>Memorable Tourism Experience</i>	8
2.1.1.2 Dimensi <i>Memorable Tourism Experience</i>	9
2.1.2 <i>Behavioral Intention</i>	10
2.1.2.1 Konsep dan Definisi <i>Behavioral Intention</i>	10
2.1.2.2 Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	11
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pemikiran	20
2.4 Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Objek Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian	21
3.2.1 Jenis, Metode, dan Pendekatan Penelitian	21
3.2.2 Operasional Variabel	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	26
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	28
3.4.3 Teknik Sampling	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas	31

3.6.1	Pengujian Validitas	31
3.6.2	Pengujian Reabilitas	34
3.7	Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1	Rancangan Teknik Analisis Deskriptif	36
3.7.2	Rancangan Teknik Analisis Verifikatif.....	37
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.8.1	Uji Normalitas	37
3.8.2	Uji Linearitas.....	38
3.9	Pengujian Hipotesis	38
3.9.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	38
3.9.2	Uji T	39
3.9.3	Uji F	41
3.10	Alur Penelitian	43
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Profil dan Karakteristik Pengalaman Wisatawan.....	44
4.1.1	Profil Destinasi Wisata.....	44
4.1.2	Karakteristik Pengalaman Wisatawan Situ Cipanten.....	53
4.1.2.1	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	53
4.1.2.2	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Asal Daerah	54
4.1.2.3	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan.....	55
4.1.2.4	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Informasi Mengenai Situ Cipanten dan Teman Berkunjung.....	56
4.1.2.5	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Alasan Berkunjung dan Teman Berkunjung	57
4.1.2.6	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Teman Berkunjung dan Frekuensi Kunjungan	58
4.1.2.7	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Transportasi dan Pengeluaran	59
4.2	Hasil Pengujian Deskriptif	59
4.2.1	Gambaran Responden terhadap <i>Memorable Tourism Experience</i> di Situ Cipanten.....	59
4.2.1.1	Tanggapan Responden terhadap <i>Hedonism</i>	60
4.2.1.2	Tanggapan Responden terhadap <i>Refreshment</i>	61
4.2.1.3	Tanggapan Responden terhadap <i>Novelty</i>	62
4.2.1.4	Tanggapan Responden terhadap <i>Knowledge</i>	64
4.2.1.5	Tanggapan Responden terhadap <i>Involvement</i>	65
4.2.1.6	Tanggapan Responden terhadap <i>Meaningfulness</i>	66
4.2.1.7	Tanggapan Responden terhadap <i>Local Culture</i>	67

4.2.1.8 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Memorable Tourism Experience</i>	68
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Behavioral Intention</i> di Situ Cipanten	70
4.2.2.1 Tanggapan Responden terhadap <i>Revisit Intention</i>	71
4.2.2.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Intention to Recommend</i>	72
4.2.2.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap <i>Behavioral Intention Wisatawan</i>	72
4.3 Uji Asumsi Klasik	74
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	74
4.3.2 Hasil Uji Linearitas	75
4.4 Uji Hipotesis	75
4.3.1 Pengujian Regresi Linear Sederhana	75
4.3.2 Pengujian Uji T	76
4.3.3 Pengujian Uji F	77
4.3.4 Pengujian Koefisien Determinasi (r^2)	78
4.5 Pembahasan.....	78
4.5.1 Pembahasan Gambaran <i>Memorable Tourism Experience</i> dan <i>Behavioral Intention</i>	78
4.5.2 Pengaruh <i>Memorable Tourism Experience</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> Wisatawan di Situ Cipanten	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Implikasi.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Icek Ajzen*, 53(1), 51–58.
- Ali, F., & Kim, W. G. (2015). Creative Tourist Experience; Does It Predict Satisfaction, Nostalgia Intensity and Behavioural Intentions. *International, Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference, November*, 296–308.
- Ayşe Kuruuzum, K. (2017). The impact of service quality on the effectiveness of the hospitality industry. *Services in Russia and Abroad*, 11(2), 98–110. <https://doi.org/10.22412/1995-042x-11-2-8>
- Braun-LaTour, K. A., Grinley, M. J., & Loftus, E. F. (2006). Tourist memory distortion. *Journal of Travel Research*, 44(4), 360–367. <https://doi.org/10.1177/0047287506286721>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Chandralal, L., Rindfleish, J., & Valenzuela, F. (2015). An Application of Travel Blog Narratives to Explore Memorable Tourism Experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(6), 680–693. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.925944>
- Chang. (2018). *Assessing the asymmetric impact of interpretation environment service quality on museum visitor experience and post-visit behavioral intentions: a case study of the National Palace Museum*. 23, 1–26.
- Chen, X., Cheng, Z. feng, & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su12051904>
- Citaningtyas, D., Kadi, A., Purwanto, H., & Vonseica, B. R. (2021). Pengaruh destination image terhadap revisit intention dan intention to recommend melalui satisfaction sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 176–187.
- Coudounaris, D. N., & Sthapit, E. (2017). Antecedents of memorable tourism experience related to behavioral intentions. *Psychology and Marketing*, 34(12), 1084–1093. <https://doi.org/10.1002/mar.21048>

- Dean, D., & Suhartanto, D. (2019). The formation of visitor behavioral intention to creative tourism: the role of push–Pull motivation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 0(0), 1–11. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1572631>
- Gohary, A., Pourazizi, L., Madani, F. (Fatima), & Chan, E. Y. (2018). Examining Iranian tourists' memorable experiences on destination satisfaction and behavioral intentions. *Current Issues in Tourism*, 3500. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1560397>
- Habib Soleh. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1–12.
- Halimatussaddiah Marpaung, H. S. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan*. 1151–1160.
- Harahap, R. J. T. (2020). Karakteristik Klinis Penyakit Coronavirus 2019. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 1(November), 89–94.
- Hayati, L., & Syahrithuah, S. (2022). Kriteria Penentu Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Alam di Kabupaten Balanga. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 234–245.
- Herdiana, D. (2020). Rekomendasi Kebijakan Pemulihan Pariwisata Pasca Wabah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Kota Bandung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 2019(July), 1. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v07.i01.p01>
- Hidayat, T. T. N., Chalil, C., & Sutomo, M. (2017). Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Taming. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 3(2), 201–212. <https://doi.org/10.22487/jimut.v3i2.87>
- Hudiono, R. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 123–128
- Ketut, I. G., Pranata, I., Ni, D., & Rai, M. (2020). Pemulihan Fungsi Alam Pariwisata Ditengah Pandemi Covid-19 Covid-19. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(2), 101–108.

<https://doi.org/10.31294/khi.v11i2.8480>

- Kim, J. H. (2010). Determining the factors affecting the memorable nature of travel experiences. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27(8), 780–796. <https://doi.org/10.1080/10548408.2010.526897>
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kim, J. H., Wang, Y., & Song, H. (2021). Understanding the causes of negative tourism experiences. *Current Issues in Tourism*, 24(3), 304–320. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1711711>
- Kim, Y., Ribeiro, M. A., & Li, G. (2021). Tourism Memory Characteristics Scale: Development and Validation. *Journal of Travel Research*, September. <https://doi.org/10.1177/00472875211033355>
- Mahdzar, M., Shuib, A., Ramachandran, S., Herman, S., & Afandi, M. (2015). The Role of Destination Attributes and Memorable Tourism Experience in Understanding Tourist Revisit Intentions. *Environ. Sci. Tourism & Environment, Social and Management Sciences*, 15, 32–39. <https://doi.org/10.5829/idosi.aejaes.2015.15.s.205>
- Nabila, A. N. L., & Armida, A. (2020). Pengaruh Customer Perceived Value Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata. *Jurnal Ecogen*, 3(3), 477. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i3.9910>
- Papadimitriou, D., Apostolopoulou, A., & Kaplanidou, K. (Kiki). (2015). Destination Personality, Affective Image, and Behavioral Intentions in Domestic Urban Tourism. *Journal of Travel Research*, 54(3), 302–315. <https://doi.org/10.1177/0047287513516389>
- Purwahita, R. M., Wardhana, P. B. W., Ardiasa, I. K., & Winia, I. M. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 68–80. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i2.29>
- Rahmi, M., Andari, R., & Yuniawati, Y. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Behavioral Intention Wisatawan di Saung Angklung Udjo. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1033.

- Ritchi, H., Zulkarnaen, R. M., Dewantara, Z., Akuntansi, D., Ekonomi, F., & Padjadjaran, U. (2018). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Upaya Peningkatan Aksesibilitas Ukm (Desa Wisata) Kepada Pasar Di Lokasi Wisata Pangandaran Dan Sekitarnya. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 36–40.
- Saha, G. C., & Theingi. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. *Managing Service Quality*, 19(3), 350–372. <https://doi.org/10.1108/09604520910955348>
- Subarkah, A. H., & Afrianto, I. (2018). *Penentuan Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Majalengka Dengan Pendekatan Sistem Informasi Geografis*. 191–199. <https://doi.org/10.2307/j.ctt46nrzt.12>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tang, J., & Qiu, C. (2015). Research on Motivation, Experience, Satisfaction and Behavioral Intention of Museum Tourism—A Case of Macau Museum. *Tourism and Hospitality Development Between China and EU*. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-35910-1>
- Utama. (2019). *Peran Dimensi Memorable Tourism Experience (Mte) Dalam Upaya Meningkatkan Intensi Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Sumber Maron*. 1–6.
- Wang, C., Liu, J., Wei, L., & Zhang, T. (2020). Impact of tourist experience on memorability and authenticity: a study of creative tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(1), 48–63. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1711846>
- Zare, S. (2019). Cultural influences on memorable tourism experiences. *Anatolia*, 00(00), 1–12. <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1575886>
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(February), 326–336. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>