

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Wisata alam merupakan jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan daya tarik yang alami sebagai objek wisata yang dapat diminati wisatawan (Heryati, 2019). Objek pariwisata ini berbeda dengan minat khusus lain seperti misalnya, wisata budaya, wisata sejarah ataupun wisata kota. Wisata alam telah banyak digemari dan menjadi favorit untuk tujuan berwisata (Seblat & Iv, 2024). Dengan berbagai macam keindahan alam yang tersedia, wisata alam menawarkan pengalaman yang tak terlupakan bagi mereka yang ingin meninggalkan kota dan menikmati kehidupan yang lebih dekat dengan alam. Dari pegunungan yang menjulang tinggi hingga pantai yang indah, wisata alam menawarkan berbagai pilihan untuk menikmati keindahan alam. Selain itu, wisata alam juga memberikan kesempatan bagi kita untuk belajar tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan menjaga kelestarian alam. Oleh karena itu, wisata alam telah menjadi cara yang efektif dalam meningkatkan kesadaran seseorang terhadap pelestarian lingkungan dan menjaga kelestarian alam untuk lingkungan yang berkelanjutan (*Adharani et al.*, 2020).

*United Nations World Tourism Organization* atau dapat disingkat UNWTO berpendapat bahwa pariwisata alam berpusat pada eksplorasi keindahan alam, seperti pegunungan, pantai, hutan, dan taman nasional. Wisatawan dapat menikmati keindahan alam dan mengalami pengalaman yang tak terlupakan melalui berbagai aktivitas, seperti mendaki, berkemah, *snorkeling*, atau hanya sekedar menikmati pemandangan alam. Menurut UNWTO pada tahun 2030 diprediksikan bahwa adanya prospek yang semakin cerah terhadap pariwisata ASEAN di masa depan sebesar 10,3% (Pasaribu & Suhartini, 2021). Pengembangan dan promosi pariwisata di seluruh dunia sedang gencar-gencarnya ditingkatkan dengan memanfaatkan peluang pariwisata yang ada termasuk Indonesia (Heliany, 2019).

Wisata alam merupakan suatu kegiatan wisata yang menampilkan daya tarik berupa keindahan alam dan sumber dayanya dari sistem sosial maupun kegunaan dan manfaatnya. Sehingga diharapkan wisatawan mendapatkan pengalaman yang tidak terlupakan dari tempat wisata tersebut. Pengalaman yang berkesan dan tak

terlupakan menjadi bagian yang perlu diciptakan bagi pariwisata alam untuk mendapatkan keunggulan dari beberapa destinasi wisata lain yang tersedia.

Pariwisata di Indonesia bertumpu pada sektor potensi alam sebesar 35%, selain itu merupakan potensi sektor lainnya seperti budaya dan buatan manusia (Esthy Reko, 2017, dalam Kompas.com diakses february 2024). Destinasi pariwisata yang melimpah akan kekayaan alamnya dan memiliki potensi dalam pengembangan yang berkelanjutan adalah provinsi Jawa Barat. Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat pada tahun 2018, Jawa Barat memiliki 1112 daya tarik wisata alam, jumlah tersebut mendominasi daya tarik di Jawa Barat diikuti dengan daya tarik budaya dan buatan. Hal ini membuktikan bahwa adanya potensi daya tarik wisata alam di provinsi Jawa Barat yang sangat besar dan berpotensi untuk dikembangkan di masa depan.

Provinsi Jawa Barat memiliki beberapa daya tarik wisata alam yang menarik untuk dikunjungi salah satunya terdapat di kota Bandung. Wisata alam merupakan salah satu tujuan wisata yang populer bagi wisatawan nusantara ketika berkunjung ke Kota Bandung (Yunisa Maharani, 2023). Kota Bandung memiliki berbagai objek wisata alam yang menawarkan keindahan alamnya yang masih asri seperti misalnya Kawah Putih Ciwidey, Gunung Parang dan Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda merupakan tempat yang populer di kota Bandung karena menyediakan nuansa wisata alamnya.

Salah satu wisata alam yang cukup populer dengan wisata alamnya yang luas dan sebagian wilayahnya menempati wilayah di area Bandung dan Kabupaten Bandung adalah Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang merupakan kawasan penyangga kehidupan, di area tersebut terdapat pemeliharaan tata air, pengawetan beberapa jenis keanekaragaman satwa dan tumbuhan, tempat tampungan tangkapan air, Tahura Djuanda juga dimanfaatkan sebagai tempat koleksi, sarana edukasi dan sarana rekreasi yang menjadi tempat wisata yang unik ketika didatangi wisatawan. Di Tahura Djuanda wisatawan dapat menikmati keindahan alamnya yang masih alami dan segar serta beberapa aktivitas yang dapat dinikmati wisatawan yang menarik ketika dikunjungi diantaranya Goa Belanda, Goa Jepang, Penangkaran rusa, Museum, Air terjun dengan berjalan kaki dan mendaki dan menikmati pemandangan alamnya yang indah dengan pohon-pohon yang masih terjaga

kelestariannya. Oleh karena itu perlunya upaya dalam pengembangan *experience* dalam wisata alam seperti misalnya wisata alam yang ada di Provinsi Jawa Barat yaitu Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda menjadi salah satu tujuan bagi wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung yang ingin menikmati wisata alam karena jaraknya yang mudah dijangkau dan tidak jauh dari pusat kota Bandung. Dibawah ini merupakan data kunjungan wisatawan yang mengunjungi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data pengunjung wisatawan Nusantara ke Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda

Tahun	Wisatawan nusantara	Persentase kenaikan per tahun
2019	260.544	-
2020	162.021	- 37,8%
2021	199.061	22,86%
2022	337.209	69,4%
2023	386.507	14,6%

Sumber : Pengelola Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang mengunjungi Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda bersifat fluktuatif dan tidak stabil. Penurunan kunjungan wisatawan terjadi pada tahun 2020 menjadi 162.021 yang sebelumnya mencapai lebih dari 260.000 wisatawan yang datang. Penurunan angka kunjungan ini cukup signifikan sampai dengan tahun 2021. Peningkatan angka kunjungan kembali naik di tahun 2022 sebesar 69.4%, namun pada tahun 2023 mengalami kenaikan 14,6% lebih sedikit dari tahun sebelumnya, maka dari itu perlunya penelitian lebih lanjut terkait kenaikan yang dialami dari tahun ke tahun.

Menurunnya jumlah kunjungan di tahun 2020 sampai tahun 2021 disebabkan karena pandemi yang melanda Indonesia. Adanya pembatasan berkegiatan di luar rumah seperti melaksanakan pekerjaan, berwisata dan kegiatan lain yang berhubungan dengan luar rumah banyak yang dibatasi. Pasca terjadinya pandemi *covid-19* pariwisata kembali seperti semula, Tahura Djuanda ikut mengalami kenaikan pada tahun 2022, banyaknya masyarakat yang ingin kembali merasakan kebebasan kegiatan di luar rumah dan berwisata menjadikan beberapa tempat wisata kembali stabil dan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya.

Ketika pariwisata di Indonesia sudah mengalami peningkatan, pihak pengelola tentunya sangat gencar dalam membangun dan mengelola kembali atribut wisata yang mereka tawarkan kepada wisatawan. Tahura Djuanda menjadi salah

satu destinasi wisata yang ikut serta dalam membangun perhatiannya kembali dari wisatawan dengan cara melakukan revitalisasi tempat wisata dengan memperbaiki fasilitasnya dan menciptakan wilayah yang nyaman dan aman bagi wisatawan yang berkunjung.

Chen *et al.*, (2020) mengungkapkan bahwa menciptakan pengalaman pariwisata yang tak terlupakan dapat merangsang reaksi emosional positif wisatawan, seperti kesenangan, yang pada akhirnya mempengaruhi niat perilaku mereka. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat tinggi *hedonisme*, kebaruan, makna, dan interaksi sosial yang dialami oleh wisatawan di destinasi dapat secara efektif merangsang emosi positif, yang selanjutnya memotivasi niat perilaku mereka. Chen juga menekankan bahwa dengan munculnya pengalaman dan peningkatan status konsumen, wisatawan lebih sering mengejar nilai hedonis, dengan harapan mendapatkan kesenangan emosional dan kepuasan. pengalaman yang berkesan tidak hanya mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap destinasi, tetapi juga berdampak pada kepuasan mereka minat melakukan kunjungan kembali ke destinasi. Maka penting bagi industri pariwisata untuk fokus pada menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan, karena wisatawan yang puas cenderung merekomendasikan, kembali mengunjungi, dan menjadi loyal terhadap destinasi tersebut (Tešin *et al.*, 2023). Oleh karena itu, destinasi pariwisata diharapkan untuk menciptakan pengalaman pariwisata yang dapat membangkitkan emosi positif dan perilaku positif dari wisatawan guna meningkatkan daya saing mereka.

Menurut Chen *et al.*, (2020) Pengalaman wisata yang berkesan (*memorable tourist experience*, MTE) terhadap emosi positif wisatawan dan niat perilaku (*behavioral intention*) dapat dijelaskan secara konseptual melalui beberapa tahapan interaksi yang saling mempengaruhi diantaranya adalah ;

Pertama, MTE mencakup elemen-elemen seperti hedonisme, kebaruan, makna, dan interaksi sosial yang semuanya berkontribusi untuk menciptakan pengalaman yang mendalam dan berkesan bagi wisatawan. Ketika wisatawan terlibat dalam pengalaman yang kaya akan elemen-elemen ini, mereka cenderung merasakan emosi positif, seperti kesenangan dan kebahagiaan. Emosi positif ini muncul sebagai respons terhadap pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan, yang pada gilirannya memperkuat ingatan mereka tentang pengalaman

tersebut.

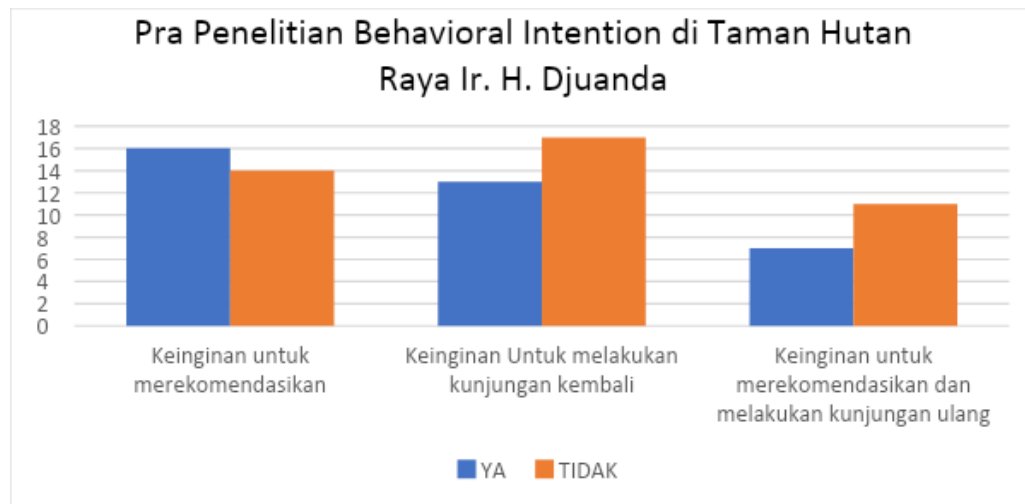
Kedua, emosi positif yang dialami oleh wisatawan berfungsi sebagai penggerak utama untuk niat perilaku mereka. Ketika wisatawan merasakan kesenangan, mereka lebih cenderung untuk menunjukkan niat perilaku yang positif, seperti merekomendasikan destinasi kepada orang lain dan berencana untuk melakukan kunjungan ulang ke tempat tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa emosi positif tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga mendorong perilaku pro-sosial, seperti berbagi pengalaman positif dengan orang lain.

Ketiga, hubungan ini juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti persepsi risiko. Jika wisatawan merasa aman dan nyaman selama pengalaman mereka, emosi positif yang mereka rasakan akan lebih kuat, sehingga semakin meningkatkan niat perilaku mereka. Sebaliknya, jika ada persepsi risiko yang tinggi, emosi positif dapat tereduksi, yang dapat mengurangi niat untuk merekomendasikan atau kembali ke destinasi tersebut.

Tahura Djuanda telah menyediakan berbagai daya tarik wisata yang dapat diminati wisatawan yang berkunjung, berbagai macam aktivitas wisata seperti berjalan kaki menuju beberapa lokasi seperti penangkaran rusa, Goa Belanda, Goa Jepang dan mendaki menuju beberapa curug seperti Curug Omas, Curug Koleang dan Curug lalay. Berbagai aktivitas wisata telah disediakan yang berguna untuk menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan dan meningkatkan *behavioral intention* wisatawan ketika berkunjung. Tersedianya berbagai daya atrik wisata dan meningkatnya jumlah kunjungan ke Tahura Djuanda belum bisa memastikan adanya keinginan untuk merekomendasikan dan melakukan kunjungan ulang ke Tahura Djuanda dimasa yang akan datang. Penelitian ini akan melihat sejauh mana niat perilaku wisatawan dalam merekomendasikan dan berkunjung kembali dengan dilakukan pra penelitian yang menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang telah berkunjung ke Tahura Djuanda. Berdasarkan pada gambar 1.1 terkait jawaban responden pada pra penelitian mengenai *behavioral intention* dapat terdapat 46,7% tidak ingin merekomendasikan atau sekitar 14 responden dan 56,7% atau 17 responden menjawab ingin merekomendasikan Tahura Djuanda, dikarenakan pengalaman yang mereka dapatkan kurang berkesan dan pengalaman yang didapatkan ketika berkunjung tidak sebanding dengan sesuatu yang mereka

keluar karena beberapa aktivitas wisata tidak bisa mereka kunjungi dikarenakan adanya perbaikan. Sedangkan sebanyak 53,3% menjawab tidak ingin mengunjungi kembali dan 43,3% ingin melakukan kunjungan kembali dengan alasan ingin lebih banyak mengetahui wilayah Tahura Djuanda dikarenakan lokasinya yang sangat luas sehingga beberapa wisatawan tidak dapat mengunjungi keseluruhan objek wisata secara langsung dalam sehari dan ingin mencoba merekomendasikan sekaligus ikut serta melakukan kegiatan kembali dengan kerabat atau teman sebaya.

Gambar 1. 1 Hasil kuesioner pra penelitian terkait Behavioral Intention di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda



Sumber : Hasil pengolahan peneliti, 2024

Kurangnya *behavioral intention* seseorang ketika berkunjung ke suatu tempat dapat berarti bahwa rencana dimasa depan secara sadar dari wisatawan tidak ditunjuk untuk melakukan perilaku yang spesifik di masa depan. Rendahnya hasil pra penelitian dan masih banyaknya ulasan dari pengalaman wisatawan yang telah berkunjung ke Tahura Djuanda memberikan arti bahwa perlunya penelitian terkait pengalaman berkesan yang mereka dapatkan. Kurangnya *behavioral intention* dapat berarti bahwa citra destinasi yang baik tidak ada (Dongfeng ; 2013).

Beberapa penelitian telah dilakukan di Tahura Djuanda yang dalam hasil penelitiannya terdapat frekuensi berkunjung wisatawan ke Tahura Djuanda. Berikut merupakan hasil rekapitulasi penelitian terdahulu terkait frekuensi wisatawan berkunjung :

Tabel 1.2 hasil penelitian terdahulu terkait frekuensi kedatangan

Penulis	Judul Penelitian	Hasil Frekuensi Berkunjung
Abror, (2020)	Pengaruh marketing perspective dalam pariwisata berkelanjutan terhadap keputusan berkunjung di taman hutan raya ir. H. Djuanda	74% Menjawab Berkunjung 1-3 Kali
Septiningrum (2018)	Pengaruh Media Interpretasi Non-Personal Terhadap Pengalaman Belajar Wisatawan Di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda	44% Frekuensi Kedatangan Hanya Sekali
Zaidan (2017)	Konsep Pengelolaan Pengunjung Berbasis Analisis Daya Dukung Wisata Di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda	55% Pengunjung Hanya Mengunjungi Tahura Djuanda Kurang Dari 2 Jam

Sumber : Hasil pengolahan peneliti, 2024

Pada tabel 1.2 disajikan penelitian terdahulu yang pernah melakukan penelitian di Tahura Djuanda. Terdapat banyaknya wisatawan yang berkunjung dengan frekuensi hanya sekali dan cenderung tidak berulang, hal ini menjadi asumsi bahwa rendahnya *behavioral intention* wisatawan pasca berkunjung ke Tahura Djuanda. Kurangnya *Behavioral Intention* dapat berarti bahwa seseorang dimasa depan tidak akan menentukan rencananya terkait niat perilaku di masa depan baik merekomendasikan atau melakukan kunjungan kembali (Warshaw, Paul R *et al.* 2015). Menurut Shin, Tahira Grewal dan Kim (2017) kurangnya minat kunjungan ulang terhadap suatu destinasi akan mempengaruhi terhadap nilai dari tempat wisata tersebut.

Selain dari respon pra penelitian dan penelitian sebelumnya, permasalahan pada penelitian ini ditimbulkan dari ulasan para wisatawan yang telah berkunjung, adanya *platform* untuk menilai seberapa puas mereka ketika mendatangi dan mendapatkan pengalaman ketika berkunjung dapat mempengaruhi wisatawan yang hendak berkunjung (rekomendasi) dan juga dapat mempengaruhi niat perilaku di masa depan. Berikut merupakan hasil observasi via *google review* yang berisi ulasan ketidakpuasan ketika berkunjung di Tahura Djuanda.

Tabel 1.3 Ulasan pengunjung Taman Hutan raya Ir. H. Djuanda

No.	Pengirim	Ulasan	Nilai	Tanggal pengambilan ulasan	Sumber
1	<u>Chandra Poetra Khangora</u>	Sangat disayangkan , yang dulu nya ASRI dan penuh tantangan , skrg pandangan kearah bawah jadi sama, membosankan 🙄🙄🙄	Bintang 1	1 bulan yang lalu (terhitung dari tanggal 29 mei 2024)	Google review
2	<u>Agytsdita Sihombing</u>	Gak worth to visit. Ngeselin banyak bgt biaya2 lainnya. Masuk goa aja bnyak scam Ke goa belanda ga sampe muter 5 menit udh melayang 70rb Parkir mobil udh bayar di loket tp masih bayar juga ama tukang parkir liar.	Bintang 1	1 bulan yang lalu (terhitung dari tanggal 29 mei 2024)	Google review
3	<u>Drs Suhardi</u>	Masuk menyusuri jalan yang menurun menuju goa jepang, sempet kaget karna untuk masuk ke goa jepang (tidak wajib) tapi karna saya hanya berdua dan rute yang mau dilewati.belum paham, jadilah pake guide dengan tarif per orang 15 rb plus senter 5 rb. Tidak sampai 5 menit, keluar dari gua, bayar 15 rb+5 rb = 20 rb x 2 orang= 40rb.Sebetulnya itu untuk menambah penghasilan warga saja, tapi lebih baik kalau tarifnya seiklasnya. Jadi bisa menyesuaikan kantong pengunjung.	Bintang 3	22 mei 2024	Google review
4	<u>Yoga Widiyanto</u>	betapa konyolnya merenovasi jalur dari goa belanda sampai curug omas dengan cara mengecor, udah ma jadi gak estetik, pas gerimis jadi licin banget banget banget banget, mau pake sepatu guung pake sepatu running juga masih sangat licin, aneh banget	Bintang 1	3 minggu lalu (terhitung dari tanggal 29 mei 2024)	Google review
5	<u>b neo</u>	-/- Sayangnya .. di tahura ini banyak sampah berserakan di	Bintang 4	1 minggu yang lalu	Google review



		beberapa titik -/- ditemui anjing berkeliaran dan mengacak-acak sampah.		(terhitung dari tanggal 29 mei 2024)	
--	--	---	--	--	--

Sumber : *Google review*

Tabel 1.3 menyatakan hasil bahwa terdapat beberapa ulasan negatif yang berasal dari wisatawan yang telah berkunjung ke Tahura Djuanda. Ulasan tersebut terdiri dari beberapa nilai dimulai dari yang terendah hingga tertinggi. Ulasan terendah menghasilkan pengalaman wisatawan kurang puas terhadap apa yang mereka dapatkan ketika mengunjungi Tahura Djuanda.

*Behavioral intention* (niat perilaku) menurut Chen *et al.*, (2020) merupakan salah satu konstruk utama yang menjadi fokus penelitian. *Behavioral intention* digunakan untuk mengukur sejauh mana keinginan wisatawan dalam merekomendasikan destinasi pariwisata kepada orang lain dan melakukan kunjungan kembali ke destinasi tersebut di masa depan.

*Behavioral intention* menjadi penting karena dapat memberikan wawasan tentang seberapa besar tingkat kepuasan, loyalitas, dan dukungan wisatawan terhadap destinasi pariwisata tertentu. Niat perilaku wisatawan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman wisata, emosi yang dirasakan, persepsi nilai, dan faktor lingkungan seperti *perceived risk*. Oleh karena itu, memahami *behavioral intention* dapat membantu para peneliti dan praktisi pariwisata dalam merancang strategi pemasaran, pengalaman wisata, dan layanan yang bertujuan untuk meningkatkan *behavioral intention* wisatawan. Pentingnya *behavioral intention* mencerminkan kecenderungan mengunjungi kembali suatu destinasi dan merekomendasikan suatu tempat tertentu dan dapat mempengaruhi keberhasilan pariwisata (Stavrianea & Kamenidou, 2022).

Kemudian pada beberapa ulasan tinggi memiliki masukan yang harus diperhatikan oleh pihak pengelola selain dari kurangnya pengalaman wisatawan ketika berkunjung, adanya risiko yang dialami oleh wisatawan, menjadi bagian dari alasan wisatawan untuk perilaku mereka di masa depan, beberapa risiko yang didasari dari pengalaman wisatawan selama berkunjung di Tahura Djuanda. Hal tersebut menjadi moderator antara emosi positif wisatawan dengan niat wisatawan di masa depan.

Chen *et al.*, (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan adanya persepsi

risiko dapat berperan sebagai variabel mediasi berpengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral intention*. Tingkat risiko yang dirasakan oleh wisatawan dapat mempengaruhi cara mereka mengevaluasi pengalaman perjalanan, persepsi nilai, kepuasan, dan niat untuk kembali mengunjungi destinasi. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang peran mediasi dari persepsi risiko dalam hubungan antar variabel-variabel dalam studi perilaku wisatawan menjadi penting bagi para peneliti, praktisi industri pariwisata, dan manajer destinasi. Adanya risiko yang terdapat di suatu destinasi wisata belum tentu mempengaruhi keseluruhan destinasi dalam memunculkan risiko, seperti misalnya perbedaan dalam destinasi alam seperti aktivitas yang dapat dirasakan wisatawan akan mempunyai pengaruh berbeda terhadap tingkat risiko yang dirasakan wisatawan. Tahura Djuanda merupakan salah satu destinasi alami yang dimiliki oleh Indonesia khususnya Jawa Barat. Dengan adanya permasalahan tersebut perlunya penelitian dalam mengukur sejauh mana persepsi risiko dapat memediasi antara emosi positif wisatawan dengan niat perilaku wisatawan di masa depan.

Penelitian ini menganalisis peran persepsi risiko sebagai variabel mediasi yang memiliki tujuan dalam memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor psikologis dan situasional dapat saling berinteraksi dan mempengaruhi keputusan wisatawan. Melalui pendekatan ini, diharapkan bahwa adanya penelitian yang dilakukan memberikan kontribusi yang berharga bagi pengembangan teori perilaku wisatawan dan manajemen destinasi pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan. Menurut Kim *et al* (2012) berpendapat bahwa dalam pengembangan bidang pariwisata, sangat penting dalam memahami dan menciptakan kondisi yang menyenangkan agar pengunjung dapat mendapatkan pengalaman yang mengesankan.

Dalam melakukan perjalanan wisata umumnya memiliki tujuan ingin mendapatkan pengalaman yang melibatkan emosi positif misalnya merasakan, menikmati, mengamati, pembelajaran serta mencoba hal baru yang sebelumnya tidak dilakukan dalam rutinitas sehari-hari. Menurut Divinagrada *et al.*, (2012) setiap pengunjung yang melakukan perjalanan wisata memiliki harapan mendapatkan pengalaman baik secara perilaku, perseptual, kognitif emosional ataupun pengalaman tersirat yang mereka rasakan. Kenangan dapat mempengaruhi

keyakinan dan perilaku (Bluck, 2003), dan pengalaman yang diingat dari ingatan dapat mempengaruhi perilaku seseorang di masa depan (Pillemer, 2003). Namun, hanya sedikit penelitian yang meneliti konsekuensi MTE dalam bentuk niat berperilaku (Yu dkk., 2019).

Mendasari argumen dan data yang telah disebutkan diatas, maka dalam menjaga eksistensi sebagai daya tarik wisata alam, Tahura Djuanda perlu menciptakan pengalaman dan sensasi kepada wisatawan yang berkunjung dan meningkatkan niat perilaku wisatawan dalam merekomendasikan maupun melakukan kunjungan kembali dimasa depan. Dalam mengukur sejauh mana pengalaman Tahura Djuanda mempengaruhi wisatawan dalam merekomendasikan dan melakukan kunjungan kembali, diperlukan teori *Memorable Tourist Experience* yang dikembangkan oleh Chen *et al.*, (2020) dengan menerapkan model pengujian sebelumnya dap diterapkan di destinasi yang berbeda dan memiliki suasana, nuansa, kenampakan destinasi wisata yang berbeda. Kemudian dalam penelitian ini akan memadupadankan keseluruhan variabel yang digunakan oleh Chen *et al.*, (2020) dalam membentuk *behavioral intention* di destinasi Tahura Djuanda dan menguji coba perbedaan tanpa melibatkan risiko yang dialami di wisata Tahura Djuanda.

*Memorable Tourist Experience (MTE)* digunakan sebagai salah satu cara untuk menciptakan pengalaman yang baik bagi wisatawan yang berdampak pada peningkatan *behavioral intention* baik dalam keinginan untuk merekomendasikan ataupun melakukan kunjungan kembali dimasa depan. Mendasari latar belakang pemikiran yang telah dipaparkan. Maka dari itu perlu adanya penelitian mengenai **“Pengaruh *Memorable Tourist Experience* terhadap *Behavioral Intention* di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Dengan Variabel Mediasi *Perceived Risk* (Survei Terhadap Wisatawan Yang Berkunjung Di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Memorable Tourist Experience* terhadap *Positive Emotion* di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda?
2. Bagaimana pengaruh *Positive Emotion* terhadap *Behavioral Intention* di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda?

3. Bagaimana pengaruh variabel mediasi *perceived risk* memediasi antara *Positive Emotion* terhadap *Behavioral Intention* di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda?
4. Bagaimana Pengaruh *Memorable Tourist Experience* Terhadap *Behavioral Intention* Di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda

### 1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis mengenai pengaruh *Memorable Tourist Experience* terhadap *Positive Emotion* di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.
2. Untuk menganalisis mengenai pengaruh *Positive Emotion* terhadap *Behavioral Intention* di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.
3. Untuk menganalisis mengenai pengaruh variabel mediasi *perceived risk* memediasi antara *Positive Emotion* terhadap *Behavioral Intention* di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.
4. Untuk menganalisis mengenai pengaruh *Memorable Tourist Experience* terhadap *Behavioral Intention* di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Secara teoritis kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dalam menambah ilmu pengetahuan dan kajian mengenai ilmu kepariwisataan dalam Manajemen pengelolaan pariwisata mengenai pengaruh *Memorable Tourist Experience* terhadap *Behavioral Intention*.

2. Kegunaan praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan yang baik kepada pihak pengelola Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda untuk mengetahui bagaimana meningkatkan *Behavioral Intention* dan menciptakan *Memorable Tourist Experience* dalam meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kemudian dengan mempertimbangkan risiko yang ada agar selanjutnya dapat dikembangkan kearah yang lebih baik.

### 1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian merujuk pada pedoman Karya Tulis Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia pada Tahun 2021. Penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penelitian sebagai berikut.

#### 1) BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat pada penelitian, dan sistematika penelitian penelitian.

#### 2) BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Dalam bab II berisi teori yang menjelaskan tentang *memorable tourist experience* dan *behavioral intention* serta kerangka pemikiran tentang pengaruh *memorable tourist experience* terhadap *Behavioral Intention* di Tahura Djuanda.

#### 3) BAB III : OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai objek penelitian dan metode-metode atau langkah dalam penelitian seperti lokasi, teknik penentuan responden, teknik pengumpulan data dan analisis data.

#### 4) BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi gambaran umum dan hasil pembahasan penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui survei hasil angket di lapangan.

#### 5) BAB V : KESIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI DAN KETERBATASAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran, implikasi penelitian, rekomendasi yang dapat dilakukan di masa depan serta keterbatasan dalam hasil dan proses penelitian.