

**PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP REVISIT
INTENTION DI MUSEUM SRI BADUGA**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pariwisata (S1)
di Program Studi Industri Pariwisata

Oleh.

Nafisa Rani Anindita

2103024

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA
KAMPUS DAERAH SUMEDANG
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP REVISIT
INTENTION DI MUSEUM SRI BADUGA**

Oleh.

Nafisa Rani Anindita

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata (S.Par) pada Program Studi Industri Pariwisata

©Nafisa Rani Anindita

Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Sumedang

2025

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

NAFISA RANI ANINDITA

NIM: 2103024

**PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI
MUSEUM SRI BADUGA**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing

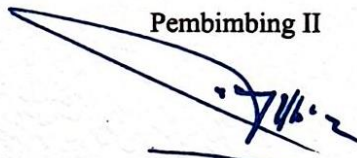
Pembimbing I



Dr. Maulana, M.Pd.

NIP 198001252002121002

Pembimbing II



Dr. Irena Novarlia, M.Pd., M.M.

NIP 1982112320060422009

Mengetahui,

Ketua Program Studi Industri Pariwisata



Dr. Irena Novarlia, M.Pd., M.M.

NIP 1982112320060422009

PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI MUSEUM SRI BADUGA

NAFISA RANI ANINDITA

NIM: 2103024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *museum experience* terhadap *revisit intention* wisatawan di Museum Sri Baduga, Bandung. Latar belakang penelitian didasarkan pada fenomena meningkatnya peringkat pariwisata Indonesia yang belum berdampak pada peningkatan kunjungan ke museum, termasuk Museum Sri Baduga. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa *museum experience* berpengaruh terhadap rasa kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Museum Sri Baduga, namun belum diteliti apakah wisatawan yang merasa puas memutuskan untuk kembali berkunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei pada 106 responden (minimal 17 tahun) yang berkunjung ke Museum Sri Baduga pada periode waktu Maret–April 2025. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *museum experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* dengan kontribusi sebesar 74%, di mana dimensi *celebrative experience* menjadi faktor dominan. Penelitian ini merekomendasikan agar pengelola museum dapat meningkatkan aspek sosial, kegiatan interaktif dan kualitas pemandu untuk memperkuat pengalaman dan minat wisatawan.

Kata kunci: pengalaman museum, niat kunjungan ulang, wisata budaya, perilaku pengunjung, Museum Sri Baduga

THE INFLUENCE OF MUSEUM EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION AT SRI BADUGA MUSEUM

NAFISA RANI ANINDITA

NIM: 2103024

ABSTRACT

This study examines the influence of museum experience on tourists' revisit intention at Museum Sri Baduga, Bandung. The research is motivated by the rise in Indonesia's tourism ranking, which has not translated into increased museum visitation rates. While prior research demonstrates that museum experience significantly impacts visitor satisfaction, a critical gap persists in understanding how satisfaction translates into revisit intention. This study adopts a quantitative approach, utilizing survey data from 106 tourists (aged 17 years or older) collected between March–April 2025. Simple linear regression analysis revealed that museum experience accounts for 74% of the variance in revisit intention, with celebrative experience emerging the most influential dimension. Contrary to expectations, findings indicate that most of satisfied visitors prefer recommending the museum to others over repeat visits, highlight a disconnect between satisfaction and behavioral loyalty. The study recommends that museum management prioritize enhancing social interactivity, immersive programming, and tour guide development to foster deeper engagement and convert satisfaction into sustained visitation.

Keywords: museum experience, revisit intention, cultural tourism, visitor behavior, Museum Sri Baduga

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR HAK CIPTA.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoretis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pariwisata	10
2.1.2 Industri Pariwisata.....	12
2.1.3 Pariwisata Budaya.....	13
2.1.4 Museum.....	14

2.1.5 Museum Sri Baduga	16
2.1.6 Pemasaran Pariwisata	18
2.1.7 <i>Museum Experience</i>	20
2.1.8 Konsep <i>Revisit Intention</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Berpikir	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel	31
3.3 Instrumen Penelitian	31
3.3.1 Operasional Variabel	31
3.3.2 Jenis Instrumen	35
3.3.3 Uji Validitas Reliabilitas	36
3.3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4 Prosedur Penelitian	40
3.5 Prosedur Analisis Data	42
3.5.1 Analisis Data Deskriptif	42
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	42
3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	44
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Umum Lokasi Penelitian	47
4.2 Karakteristik Responden	50
4.2.1 Karakter Demografis	50
4.2.2 Karakteristik Perilaku Kunjungan	53
4.3 Statistik Deskriptif	57
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel	57
4.4 Uji Instrumen Penelitian	68
4.4.1 Uji Validitas	68
4.4.2 Uji Reliabilitas	68
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	69

4.5.1 Uji Normalitas.....	69
4.5.2 Uji Multikolinearitas	69
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.6 Hasil Analisis Data.....	70
4.6.1 Hasil Regresi Linear Sederhana	70
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.7.1 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Museum Experience</i>	74
4.7.2 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Revisit Intention</i>	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Simpulan	82
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN A.....	91
LAMPIRAN B	96
LAMPIRAN C	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Museum di Kota Bandung	3
Tabel 1. 2 Kunjungan Wisatawan Kota Bandung 2019 - 2024.....	4
Tabel 1. 3 Kunjungan Wisatawan Museum Sri Baduga 2023 - 2024.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3. 2 Skala Likert	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Daerah Asal	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Partner Kunjungan	53
Tabel 4. 7 Karakteristik Berdasarkan Motivasi Kunjungan.....	54
Tabel 4. 8 Karakteristik Berdasarkan Persepsi terhadap Museum Dibandingkan Museum Lain.....	55
Tabel 4. 9 Karakteristik Berdasarkan Alasan Kunjungan Ulang	55
Tabel 4. 10 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	56
Tabel 4. 11 Karakteristik Berdasarkan Durasi Kunjungan	57
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Mengenai <i>Recreation</i>	58
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Mengenai <i>Sociability</i>	59
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Mengenai <i>Learning Experience</i>	59
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Mengenai <i>Aesthetic Experience</i>	60
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Mengenai <i>Celebrative Experience</i>	61
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden mengenai <i>Museum Experience</i>	62
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Mengenai <i>Likelihood to Visit Again</i>	65
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai <i>Likelihood to Recommend</i>	65
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Mengenai <i>Likelihood to be the First Choice</i>	66
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden mengenai <i>Revisit Intention</i>	67
Tabel 4. 22 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4. 23 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4. 24 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4. 25 Hasil Model Persamaan Regresi	71
Tabel 4. 26 Hasil Pengujian Hipotesis	72
Tabel 4. 27 Hasil Koefisien Determinasi	73
Tabel 4. 28 Hasil Uji F	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4. 1 Museum Sri Baduga Bandung	16
Gambar 4. 2 Peta Lokasi Penelitian Museum Sri Baduga Kota Bandung	47
Gambar 4. 3 Eksterior Museum Sri Baduga	48
Gambar 4. 4 Koleksi Arca di Museum Sri Baduga.....	49
Gambar 4. 5 Replika Gua Pawon di Museum Sri Baduga.....	50
Gambar 4. 6 Garis Kontinum <i>Museum Experience</i>	64
Gambar 4. 7 Garis Kontinum <i>Revisit Intention</i>	67
Gambar 4. 8 Pertanyaan Opsional mengenai Aspek Terbaik menurut Wisatawan	76
Gambar 4. 9 Pertanyaan Opsional mengenai Harapan terhadap Museum menurut Wisatawan	77
Gambar 4. 10 Pertanyaan Opsional mengenai Alasan Wisatawan Tidak Berkunjung Kembali	80

DAFTAR LAMPIRAN

A. 1 Surat Keputusan Pembimbing.....	91
A. 2 Surat Permohonan Izin Penelitian.....	92
A. 3 Surat Balasan Izin Penelitian.....	93
A. 4 Surat Keterangan Uji Etik	94
A. 5 Lembar Monitoring Bimbingan Skripsi	95
B. 1 Instrumen Penelitian.....	96
B. 2 Lembar Persetujuan Responden (1).....	99
B. 3 Lembar Persetujuan Responden (2).....	100
B. 4 Surat Izin Orang Tua/Wali	101
B. 5 Hasil Uji Validitas	102
B. 6 Hasil Uji Reliabilitas	102
C. 1 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	103
C. 2 Biodata Peneliti	104

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Akdon & Ridwan. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika : untuk penelitian (Administrasi Pendidikan-Bisnis-Pemerintahan-Sosial-Kebijakan-Ekonomi-Hukum-Manajemen-Kesehatan)*. <https://perpustakaan.binadarma.ac.id/opac/detail-opac?id=796>
- Andina, E. (2024). *Evaluation and Museum Development Strategy in Indonesia*. XVI(10).
- Angelica, G., & Ardiansyah, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Revisit Intention di Museum Wayang Kawasan Kota Tua Jakarta. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 125–133. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7855>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Arsyad, A., & Sabar, M. (2021). *Revisit Intention to The Museum Bank Indonesia*. 3. <https://doi.org/10.4108/eai.28-9-2020.2307418>
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5)
- Billy, & Soeprapto, V. S. (2024). Analisis Pengaruh Museum Experience terhadap Revisit Intention di Museum Seni Rupa dan Keramik. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 7, 1–23.
- Budhiman, I. (2025). *Museum Sri Baduga: Lokasi, Daya Tarik, Koleksi, HTM, dan Rutenya*. 99.Co. <https://www.99.co/id/jelajah/review-museum-sri-baduga>
- Bungin, B. (2020). *Komunikasi Pariwisata : Pemasaran dan Brand Destinasi*. Prenada Media.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S., & Shepherd, R. (1998). *Tourism: Principles and Practice* (2nd ed.).
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan ekowisata: Dari teori ke aplikasi*. Andi Offset.
- Darmadi, H. (2024). Pengembangan Instrumen Penelitian dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*.
- Dewi, I. A., & Laksmidewi, D. (2015). Pengaruh Customer Experiences Terhadap Revisit Intention Dengan Mediasi Learning. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 160–178.
- Diskominfo Bandung. (2024). *Sejarah Museum Sri Baduga, Dahulu Kantor Adminitrasi Kota Bandung*. Portal Jabarprovgo.id. <https://jabarprov.go.id/berita/sejarah-museum-sri-baduga-dahulu-kantor-adminitrasi-kota-bandung-14532>
- Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan (UU Kepariwisataaan), Pub. L. No. 10 (2009). <https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/527#:~:text=Undang-Undang Nomor 10 Tahun,bagian dari hak asasi manusia.>

- Falk, J. H. (2016). *Identity and the Museum Visitor Experience*. Routledge.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1992). The Museum Experience. In *Routledge (Taylor & Francis Group)*. Routledge.
- Firmansyah, H., Wiyono, H., Ramadhan, I., Adlika, N. M., Purnama, S., & Budiman, J. (2023). *Tour de Museum : Pengenalan dan Pelestarian*. 7(3), 1050–1060.
- Flak, J. H., & Dierking, L. D. (2000). *Learning from Museums* (2nd ed.). Rowman & Littlefield Publishers / AASLH.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://www.scribd.com/document/785893656/Ghozali-2021>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gong, A.-D., & Huang, Y.-T. (2023). Finding love in online games: Social interaction, parasocial phenomenon, and in-game purchase intention of female game players. *Computers in Human Behavior*, 143. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107681>
- Gorgadze, A., Sinitsyna, A., Trabskaya, J., & Bala, T. (2021). The Impact of New Affective Components on Museum Visitor Retention. *International Journal of Event and Festival Management*, 12(2), 203–223. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-11-2020-0071>
- Hakim, L. (2024). *Pengertian Instrumen Penelitian: Jenis, Contoh dan Fungsi*. Deepublishstore.Com. https://deepublishstore.com/blog/pengertian-instrumen-penelitian/#1_Hamid_Darmadi
- Hakim, L. N. (2018). Urgensi Revisi Undang-Undang tentang Kesejahteraan Lanjut Usia. *Urgensi Revisi Undang-Undang Tentang Kesejahteraan Lanjut Usia*, 11(1), 47. <https://doi.org/10.22212/aspirasi.v11i1.1589>
- Huong, P. T. L., Anh, T. T. Van, & Bao, T. D. Q. (2022). The influence of memorable tourism experience to revisit intention of domestic tourists: A case study for Danang City, Vietnam. *Ho Chi Minh City Open University Journal of Science - Economics and Business Administration*, 12(1), 125–138. <https://doi.org/10.46223/hcmcoujs.econ.en.12.1.1941.2022>
- International Council of Museums (ICOM). (1972). *The functions and aim of museums*. <https://icom.museum/en/ressource/the-functions-and-aim-of-museums/>
- International Council of Museums (ICOM). (2022). *ICOM approves a new museum definition*. <https://icom.museum/en/news/icom-approves-a-new-museum-definition/>
- Isharyani, U. (2020). *Ragam dan Muasal Kata “Wisata” Beserta Maknanya*. WordPress.Com. <https://ranselsaya.com/2020/12/10/ragam-dan-muasal-kata-wisata-beserta-maknanya/>
- Istiqomah, N. H. (2020). Pengaruh Destination Brand Image dan Attributes of Destination terhadap Revisit Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengunjung Taman Wisata Selecta di Kota Batu). *Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Juairiah. (2022). Manajemen koleksi museum dan problematika pengelolaannya di Kalimantan Selatan pada era new normal. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan*

- Informasi*, 18(2), 204–218. <https://doi.org/10.22146/bip.v18i2.4290>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2016a). *KBBI VI Daring: mu.se.um*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/museum>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2016b). *KBBI VI Daring: pa·ri·wi·sa·ta*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa). <https://kbbi.web.id/pariwisata>
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2024). *Siaran Pers : Indeks Kinerja Pariwisata Indonesia Peringkat ke-22 Dunia*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-indeks-kinerja-pariwisata-indonesia-peringkat-ke-22-dunia>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2015). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2015 tentang Upaya Kesehatan Anak*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Pearson.
- Kotler & Neil. (2008). *Museum and Marketing Strategy* (Second Edi). Jossey-Bass.
- Kristiutami, Y. P., Dewi, D. P., & Syarifuddin, D. (2020). Pengaruh Pengalaman Museum Experience Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Sri Baduga. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 3(2), 2597–5323. <https://jurnal.akpada.ac.id/>
- Kurniawan Widiyasa, I. G. B., & Tuti, M. (2023). Increasing Revisit Intention through Visitor Satisfaction to the Indonesian National Museum. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(2), 218–231. <https://doi.org/10.15294/jdm.v14i2.41417>
- Likert, R. (1935). *A Technique for the Measurement of Attitudes*. Archives of Psychology. <https://psycnet.apa.org/record/1933-01885-001>
- LMS-SPADA Indonesia. (2020). Pertemuan 12 analisis korelasi product momen pearson. *Analisis Korelasi Product Moment Pearson*, 12.
- McLean, F. (1997). *Marketing the Museum*. <https://www.routledge.com/Marketing-the-Museum/Mclean/p/book/9780415152938?srsId=AfmBOopMOhZDwY1EvVAVKrcRjv9St13JQcIjMPXORa30n6DANJiC3dtg>
- Media Indonesia. (2024). *304 Museum, Jendela Menuju Kekayaan Sejarah dan Budaya Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/708537/304-museum-jendela-menuju-kekayaan-sejarah-dan-budaya-indonesia#:~:text=Total Museum di Seluruh Indonesia,nomor pendaftaran nasional secara resmi>.
- Medlik, S. (2002). *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780080521862>
- Melyanti, E. D., Andari, R., & Ridwanudin, O. (2016). PENGARUH MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung di Museum Kereta Api Ambarawa). *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 4(1), 717. <https://doi.org/10.17509/thej.v4i1.1980>
- Meng, L., & Liu, Y. (2021). A Meaning-Aware Cultural Tourism Intelligent Navigation System Based on Anticipatory Calculation. *Frontiers in Psychology*, 11(January), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.611383>
- Miftahudin, H. (2024). *Lima Tantangan di Sektor Pariwisata Indonesia*. Metrotvnews.Com. <https://www.metrotvnews.com/read/KZmCdEWw-lima->

- tantangan-di-sektor-pariwisata-indonesia
- Moovit. (2025). *Perhentian Museum Sri Baduga*. https://moovitapp.com/index/id/Transportasi_Umum-Museum_Sri_Baduga-Bandung-stop_33471157-4486
- Musa, Y. F. (2023). *Pengaruh Museum Experience terhadap Revisit Intention: Survei pada Wisatawan yang Berkunjung ke Museum Sejarah Jakarta* [Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/id/eprint/115766>
- Nasrullah, Widodo, M. L., Yuniarti, E., Faried, A. I., Suryani, W., Hesty, R. S., Noviana, L., Utami, M. P., Yulianie, F., Hernovianty, F. R., Mistriani, N., Sonder, I. W., & Pratiwi, I. I. (2023). *Perencanaan Destinasi Wisata* (A. Karim (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis. https://pwk.teknik.untan.ac.id/files/buku/fullbook-perencanaan-destinasi-pariwisata-compressed-compressed_1706694217.pdf
- Nurdin, H. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta.
- Nurul, *, Umayra, A., Umayra, N. A., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Museum Experience terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Museum Adityawarman. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 110–121. <https://doi.org/>
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Pendit, N. S. (1986). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=14636>
- Peraturan Pemerintah RI. (2015). *Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015*.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy*. Harvard Business Press. <https://books.google.co.id/books?id=edtOyzyKgXUC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Preko, A., Gyepi-Garbrah, T. F., Arkorful, H., Akolaa, A. A., & Quansah, F. (2020). Museum experience and satisfaction: moderating role of visiting frequency. *International Hospitality Review*, 34(2), 203–220. <https://doi.org/10.1108/ihr-04-2020-0009>
- Quintal, V., & Polczynski, A. (2010). Factors influencing tourists revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(4). <http://hdl.handle.net/20.500.11937/34719>
- Radder, L., & Han, X. (2015). An examination of the museum experience based on Pine and Gilmore's experience economy realms. *Journal of Applied Business Research*, 31(2), 455–470. <https://doi.org/10.19030/jabr.v31i2.9129>
- Rais, A. (2023). *Pengaruh Tourist Experience terhadap Revisit Intention Survei terhadap wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- 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.
- Rebelo, T. M., & Blanco, A. C. (2020). *Enhancing Recommendations and Revisit Intentions to Museums Through Experiences: the Mediated Role of Visitors' Perception of Coolness and Feeling of Authentic Pride* (Issue February) [ISCTE Business School]. https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/20559/4/Master_Teresa_Castro_Blanco.pdf

- Ripaldi, D. (2022). *Mengenal 10 Klasifikasi Koleksi Museum Sri Baduga Bandung*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/regional/read/5118214/mengenal-10-klasifikasi-koleksi-museum-sri-baduga-bandung?page=4>
- Rudresh, S., Kamath, A. J., & Seelamantula, C. S. (2020). A Time-based Sampling Framework for Finite-Rate-of-Innovation Signals Sunil Rudresh , Abijith Jagannath Kamath , and Chandra Sekhar Seelamantula Department of Electrical Engineering , Indian Institute of Science , Bangalore - 560012 , India Email : { suni. ICASSP 2020 - 2020 IEEE International Conference on Acoustics, Speech and Signal Processing (ICASSP), 5580–5584.
- Shoukat, M. H., & Ramkissoon, H. (2022). Customer delight, engagement, experience, value co-creation, place identity, and revisit intention: a new conceptual framework. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 31(6), 757–775. <https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2062692>
- Silfia, I. (2024). *Ekonom: Kontribusi pariwisata terhadap PDB bisa tembus 5 persen*. ANTARA. <https://www.antaranews.com/berita/4428889/ekonom-kontribusi-pariwisata-terhadap-pdb-bisa-tembus-5-persen>
- Soetjipto. (1991). *Museum dan Persoalannya*. PT. Rineka Cipta.
- Spillane, J. J. (1987). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20215620&lokasi=lokal%0A>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Alfabeta. <https://www.scribd.com/document/729101674/Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-r-d-Sugiyono-2020>
- Supriyanto, Y. (2025). *Target Pariwisata Indonesia 2025: Optimisme Lonjakan Wisatawan Mancanegara & Domestik*. Hypeabis.Id. <https://hypeabis.id/read/45352/target-pariwisata-indonesia-2025-optimisme-lonjakan-wisatawan-mancanegara-domestik>
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2020). *Pengantar Pemasaran Pariwisata* (2nd ed.). <https://bit.ly/45Cw8Q4>
- Swisher, M. E. (2022). *Basics of Sampling*. 1–12. [https://fycs.ifas.ufl.edu/swisher/00_6800_22_DE/05 Basics of Sampling.pdf](https://fycs.ifas.ufl.edu/swisher/00_6800_22_DE/05%20Basics%20of%20Sampling.pdf)
- Torabi, Z. A., Shalbfian, A. A., Allam, Z., Ghaderi, Z., Murgante, B., & Khavarian-Garmsir, A. R. (2022). Enhancing Memorable Experiences, Tourist Satisfaction, and Revisit Intention through Smart Tourism Technologies. *Sustainability (Switzerland)*, 14(5), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su14052721>
- United Nations World Tourism Organisation (UNWTO). (2008). Ruang Lingkup Industri Pariwisata. *The International Recommendations for Tourism Statistics*.
- Visser, J. (2024). *Tourism Marketing: A Guide to Effectively Market Your Tours and Experiences*. Arival Travel. <https://arival.travel/article/tourism-marketing/>
- Widodo, R. (2024). *Ini 4 Tren Pariwisata Yang Akan Tumbuh Di 2024*. Validnews. <https://validnews.id/kultura/ini-4-tren-pariwisata-yang-akan-tumbuh-di-2024>
- Wisnubroto, K. (2025). *Meneropong Tren Pariwisata 2025*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8899/meneropong-tren-pariwisata-2025?lang=1>
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa.

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>