

**ANALISIS DIMENSI PENGALAMAN WISATA BERKESAN YANG
MEMPENGARUHI PERILAKU WISATAWAN DI NIMO HIGHLAND
PANGALENGAN**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

Oleh :

Nickova Christiani Susanto

2107184

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE FAKULTAS
PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL UNIVERSITAS
PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

**ANALISIS DIMENSI PENGALAMAN WISATA BERKESAN
YANG MEMPENGARUHI PERILAKU WISATAWAN DI NIMO
HIGHLAND PANGALENGAN**

Oleh:
Nickova Christiani Susanto

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

© Nickova Christiani Susanto 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2025

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

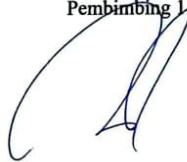
LEMBAR PENGESAHAN

Nickova Christiani Susanto
2107184

**ANALISIS DIMENSI PENGALAMAN WISATA BERKESAN YANG
MEMPENGARUHI PERILAKU WISATAWAN DI NIMO HIGHLAND
PANGALENGAN**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



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

NIP. 19810522201012 1 006

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



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

NIP. 19791215 200812 2 002

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nickova Christiani Susanto
NIM : 2107184
Program Studi : Manajemen Resort dan Leisure
Judul Karya : Analisis Dimensi Pengalaman Wisata Berkesan yang Mempengaruhi Niat Perilaku Wisatawan di NIMO Highland Pangalengan

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, Juli 2025



Nickova Christiani Susanto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang selalu membimbing dan menyertai penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga karena telah memberikan doa, dukungan, baik moral dan materi. Terima kasih kepada seluruh dosen khususnya dosen pembimbing karena sudah berbagi ilmu, membimbing serta mendidik penulis hingga sampai pada tahap ini.

Penulisan skripsi yang berjudul **“ANALISIS DIMENSI PENGALAMAN WISATA BERKESAN YANG MEMPENGARUHI PERILAKU WISATAWAN DI NIMO HIGHLAND PANGALENGAN”** diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pariwisata di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dengan segala keterbatasannya baik dari proses penyusunan, teknis penelitian, dan sisi ilmiahnya. Dengan disertai bimbingan dan arahan dari dosen pembimbing, skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

Penulis berharap penelitian yang sudah penulis selesaikan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Peneliti memohon maaf dalam penyusunan ini tidak luput dari kesalahan baik dalam penulisan ataupun hal lainnya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan oleh penulis untuk menyempurnakan skripsi ini.

Bandung, Juli 2025

Penulis,

Nickova Christiani Susanto

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan selesainya penyusunan skripsi yang telah penulis laksanakan, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmatNya dan berbagai nikmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
2. Keluarga penulis, terutama Mamah, Papah, Kakak-kakak, dan Keponakan penulis yang senantiasa memberikan dukungan, dorangan, doa, dan hiburan pada setiap langkah penulis selama penyusunan skripsi ini;
3. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE. selaku ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan kemudahan selama penulis menjalani perkuliahan di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure;
4. Ibu Dr. Fitri Rahmafitria, SP., M.Si selaku Dosen Wali yang telah membantu penulis dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan akademik selama penulis menjalani perkuliahan di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure;
5. Bapak Dr. A.H. Galihkusumah, S.ST., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan ilmu, bimbingan, dan arahan yang terbaik selama penyusunan skripsi ini;
6. Seluruh dosen pengajar dan staf Program Studi Manajemen Resort dan Leisure atas semua ilmu, pembelajaran, wawasan, bantuan, dan dukungan selama perkuliahan di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure;
7. Teman-teman penulis yang senantiasa kebersamai dan menyemangati penulis sehingga dapat berada di titik ini yaitu, Syahla, Salwa, Syifa, Sri, Deval, Intan, dan Alifia;
8. Teman-teman Emansipasi Wanita yaitu, Adnan, Raihan, Elvaretta, Alifah, Nabila, Ghita, Syifa, dan Thalita yang senantiasa menemani, memberikan bantuan, menyemangati, dan berbagi cerita selama penulis menjalani organisasi;
9. Teman-teman seperjuangan Sedusa Wirasena atas semua kenangan, perjalanan, serta kebersamaan yang telah dilalui selama masa perkuliahan;

10. Akang, teteh, rekan-rekan, dan adik-adik pengurus BEM&DPM KM MRL 2022-2024 yang telah menemani dan berbagi cerita dan pengalaman baru selama penulis menjalani organisasi.

Berbagai pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih banyak atas setiap bantuan, dukungan, semangat, dan doa yang selalu diberikan. Penulis berharap semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

ANALISIS DIMENSI PENGALAMAN WISATA BERKESAN YANG MEMPENGARUHI PERILAKU WISATAWAN DI NIMO HIGHLAND PANGALENGAN

ABSTRAK

Nickova Christiani Susanto

2107184

Penelitian ini bertujuan menganalisis dimensi-dimensi pengalaman wisata yang berkesan dan pengaruhnya terhadap perilaku wisatawan di NIMO Highland Pangalengan. Studi menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survey terhadap 205 responden wisatawan berusia minimal 18 tahun yang pernah mengunjungi destinasi tersebut. Variabel pengalaman wisata berkesan diukur melalui delapan dimensi yaitu *hedonism* (kesenangan), *novelty* (kebaruan), *local culture* (budaya lokal), *refreshment* (perasaan baru), *meaningfulness* (kebermaknaan), *involvement* (keterlibatan), *knowledge* (pengetahuan), dan *destination image* (citra destinasi). Data dianalisis menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *novelty* (kebaruan) dan *refreshment* (perasaan baru) berpengaruh signifikan terhadap perilaku wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang, berbagi pengalaman, dan merekomendasikan destinasi. Sedangkan dimensi *hedonism* (kesenangan), *local culture* (budaya lokal), *meaningfulness* (kebermaknaan), *involvement* (keterlibatan), *knowledge* (pengetahuan), dan *destination image* (citra destinasi) tidak memberikan pengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan pentingnya pengalaman baru dan perasaan segar bagi pengembangan strategi pemasaran dan pengelolaan destinasi. Studi ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami faktor-faktor pembentuk perilaku wisatawan di konteks wisata alam.

Kata Kunci: Pengalaman Wisata yang Berkesan, Perilaku Wisatawan, Pariwisata Alam, NIMO Highland

ANALYSIS OF THE DIMENSIONS OF MEMORABLE TOURISM EXPERIENCES THAT INFLUENCE TOURISTS BEHAVIOR IN NIMO HIGHLAND PANGALENGAN

ABSTRACT

Nickova Christiani Susanto

2107184

This study aims to analyse the dimensions of memorable tourism experiences and their influence on tourists' behavior at NIMO Highland Pangalengan. Employing a quantitative approach, the survey involved 205 respondents aged 18 and above who have visited the destination. Memorable tourism experience was measured through eight dimensions: hedonism, novelty, local culture, refreshment, meaningfulness, involvement, knowledge, and destination image. Data were analyzed using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings reveal that novelty and refreshment significantly affect tourists' behavior such as revisit intention, sharing experiences, and recommendation. In contrast hedonism, local culture, meaningfulness, involvement, knowledge, and destination image were not significant predictors. These results highlight the importance of new experiences and refreshing feelings for marketing strategies and destination management. This study contributes theoretically and practically to understanding key factors shaping tourists' behavior within the context of nature based tourism.

Keywords: Memorable Tourism Experience, Tourist Behavior, Nature-based Tourism, NIMO Highland.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Pengalaman Wisata yang Berkesan (Memorable Tourism Experience).....	8
2.1.1 Pengertian Pengalaman Wisata yang Berkesan	8
2.1.2 Indikator Pengalaman Wisata yang Berkesan.....	9
2.1.3 Teori 3A: Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas dalam Pengalaman Wisata	12
2.2 Perilaku Wisatawan	13
2.3 Penelitian Terdahulu.....	14
2.4 Kerangka Pemikiran	16
2.5 Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.3.1 Populasi.....	20

3.3.2 Sampel.....	21
3.4 Operasional Variabel	22
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.5.1 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Transparansi dan Replikabilitas.....	27
3.7 Pilot Study	28
3.7.1 Uji Validitas.....	28
3.7.2 Uji Reliabilitas	31
3.8 Teknik Analisis Data.....	32
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif	33
3.8.2 Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	33
3.8.3 Uji Model Struktural (Inner Model)	35
3.8.4 Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
4.1.1 Profil Kawasan NIMO Highland	37
4.1.2 Daya Tarik dan Aktivitas Wisata di NIMO Highland.....	39
4.1.3 Fasilitas di NIMO Highland.....	41
4.2 Gambaran Umum Responden	42
4.2.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia.....	42
4.2.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	43
4.3 Analisis Deskriptif.....	44
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pengalaman Wisata yang Berkesan.....	44
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Wisatawan	52
4.4 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	53
4.4.1 Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	53
4.4.2 Uji Model Struktural (Inner Model)	57
4.4.3 Uji Hipotesis	58
4.5 Pembahasan	64
4.5.1 Ringkasan Temuan Utama	64
4.5.2 Pengaruh Hedonism (Kesenangan) Terhadap Perilaku Wisatawan	65
4.5.3 Pengaruh Novelty (Kebaruan) Terhadap Perilaku Wisatawan.....	66
4.5.4 Pengaruh Local Culture (Budaya Lokal) Terhadap Perilaku Wisatawan.....	67
4.5.4 Pengaruh Refreshment (Perasaan Baru) Terhadap Perilaku Wisatawan.....	67

4.5.5 Pengaruh Meaningfulness (Kebermaknaan) Terhadap Perilaku Wisatawan	68
4.5.6 Pengaruh Involvement (Keterlibatan) Terhadap Perilaku Wisatawan	69
4.5.7 Pengaruh Knowledge (Pengetahuan) Terhadap Perilaku Wisatawan	70
4.5.8 Pengaruh Destination Image (Citra Destinasi) Terhadap Perilaku Wisatawan.....	70
4.5.9 Sintesis Temuan	71
4.5.10 Kontribusi Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Implikasi Penelitian.....	75
5.2.1 Implikasi Teoritis	75
5.2.2 Implikasi Praktis	75
5.3 Keterbatasan Penelitian	75
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Bandung	2
Gambar 1.2 Persentase Ulasan Enam Bulan Terakhir Wisatawan di NIMO Highland Pangalengan	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 3.1 Wisatawan di NIMO Highland Pangalengan.....	21
Gambar 4.1 Logo NIMO Highland.....	37
Gambar 4.2 Pemandangan Sekitar NIMO Highland.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel	23
Tabel 3.2 Skala Likert.....	26
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	43
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Hedonism (Kesenangan) di NIMO Highland Pangalengan.....	44
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Novelty (Kebaruan) di NIMO Highland Pangalengan.....	45
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Local Culture (Budaya Lokal) di NIMO Highland Pangalengan	46
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Refreshment (Perasaan Baru) di NIMO Highland Pangalengan	47
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Meaningfulness (Kebermaknaan) di NIMO Highland Pangalengan.....	48
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Involvement (Keterlibatan) di NIMO Highland Pangalengan	49
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Knowledge (Pengetahuan) di NIMO Highland Pangalengan	50
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Destination Image (Citra Destinasi) di Nimo Highland Pangalengan	51
Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Wisatawan di NIMO Highland Pangalengan.....	52
Tabel 4.14 Nilai Loading Factor	54
Tabel 4.15 Nilai AVE	55
Tabel 4.16 Nilai Cross Loading	56
Tabel 4.17 Nilai Composite Reliability.....	57
Tabel 4.18 Nilai R-Square	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Skripsi.....	81
Lampiran 2. Surat Permohonan Izin Penelitian	84
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 4. Tabulasi Data	90
Lampiran 5. Buku Bimbingan Skripsi	102

DAFTAR PUSTAKA

- Abrian, Youmil, Yunia Wardi, Abror Abror, Vidyarini Dwita, and Susi Evanita. 2023. 'Pengalaman Wisata dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis'. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure* 4(2):125–38. doi:10.36256/ijtl.v4i2.347.
- Afshardoost, Mona, and Mohammad Sadegh Eshaghi. 2020. 'Destination Image and Tourist Behavioural Intentions: A Meta-Analysis'. *Tourism Management* 81:104154. doi:10.1016/j.tourman.2020.104154.
- Ajzen, Icek. 1991. 'The Theory of Planned Behavior'. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2):179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Ali, Faizan, Kisang Ryu, and Kashif Hussain. 2016. 'Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism'. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 33(1):85–100. doi:10.1080/10548408.2015.1038418.
- alwisol. 2012. *Psikologi Kepribadian*. -. UMMPress.
- Andajani, Erna, Alviona Allencia Gunawan, and Siti Rahayu. 2024. 'Pengaruh Novelty, Refreshment, Involvement Terhadap Memorable Tourism Experiences di Taman Nasional'. *Tourism Scientific Journal* 10(1):130–48. doi:10.32659/tsj.v10i1.362.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2025. 'Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)'.
Bhat, S. A., Kaur, R., & Singh, A. (2021). The impact of amenities on tourist satisfaction: Evidence from a hill station in India. *International Journal of Tourism Research*, 23(2), 234-245.
- Chandralal, Lalith, and Fredy-Roberto Valenzuela. 2015. 'Memorable Tourism Experiences: Scale Development'. *Contemporary Management Research* 11(3):291–310. doi:10.7903/cmr.13822.
- Chen, Ching-Fu, and DungChun Tsai. 2007. 'How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?' *Tourism Management* 28(4):1115–22. doi:10.1016/j.tourman.2006.07.007.
- Chen, C. F., Huang, Y. C., & Hsu, C. H. (2020). The role of accessibility in the relationship between destination image and tourist satisfaction. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100675.
- Chen, Xin, Zhen-feng Cheng, and Gyu-Bae Kim. 2020. 'Make It Memorable: Tourism Experience, Fun, Recommendation and Revisit Intentions of Chinese Outbound Tourists'. *Sustainability* 12(5):1904. doi:10.3390/su12051904.
- Cohen, Erik. 1979. 'A Phenomenology of Tourist Experiences'. *Sociology* 13(2):179–201. doi:10.1177/003803857901300203.
- Coudounaris, Dafnis N., and Erose Sthapit. 2017. 'Antecedents of Memorable Tourism Experience Related to Behavioral Intentions'. *Psychology & Marketing* 34(12):1084–93. doi:10.1002/mar.21048.
- Ernita, Nora, Permana Honneyta Lubis, and Halimatussakdiah. 2023. 'THE INFLUENCE OF DESTINATION IMAGE AND MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE ON REVISIT INTENTION MEDIATED BY TOURIST SATISFACTION IN BANDA ACEH'. *International Journal of Business Management and Economic Review* 06(05):01–12. doi:10.35409/IJBMER.2023.3515.
- Ghozali, H. Imam, and Karlina Aprilia Kusumadewi. 2023. 'PARTIAL LEAST SQUARES-SmartPLS 4.0'. *Yoga Pratama*.
- Gohary, Ali, Lida Pourazizi, Fatemehalsadat (Fatima) Madani, and Eugene Y. Chan. 2018. 'Examining Iranian Tourists' Memorable Experiences on Destination Satisfaction
Nickova Christiani Susanto, 2025
ANALISIS DIMENSI PENGALAMAN WISATA BERKESAN YANG MEMPENGARUHI PERILAKU WISATAWAN DI NIMO HIGHLAND PANGALENGAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- and Behavioral Intentions'. *Current Issues in Tourism* 23(2):131–36. doi:10.1080/13683500.2018.1560397.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, and Soumya Ray. 2021. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Classroom Companion: Business. Cham: Springer International Publishing.
- Hoch, Stephen J., and John Deighton. 1989. 'Managing What Consumers Learn from Experience'. *Journal of Marketing* 53:1–20.
- Huong, Pham Thi Lan, Truong Thi Van Anh, and Truong Dinh Quoc Bao. 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):125–38. doi:10.46223/HCMCOUJS.econ.en.12.1.1941.2022.
- Juliana, Sabrina O. Sihombing, Ferdi Antonio, Rosdiana Sijabat, and Innocentius Bernarto. 2024. 'The Role of Tourist Experience in Shaping Memorable Tourism Experiences and Behavioral Intentions'. *International Journal of Sustainable Development and Planning* 19(4):1319–35. doi:10.18280/ijstdp.190410.
- Kahneman, Daniel. 2011. *Thinking, Fast and Slow*. In *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Keat, William Ong Lay, Vineet Gauhar, Daniele Castellani, and Jeremy Yuen-Chun Teoh. 2023. 'Tips and Pitfalls in Using Social Media Platforms for Survey Dissemination'. *Société Internationale d'Urologie Journal* 4(2):118–24. doi:10.48083/PERG3137.
- Kerstetter, Deborah, and Mi-Hea Cho. 2004. 'Prior Knowledge, Credibility and Information Search'. *Annals of Tourism Research* 31(4):961–85. doi:10.1016/j.annals.2004.04.002.
- Kim, Hyangmi, and Joseph S. Chen. 2019. 'The Memorable Travel Experience and Its Reminiscence Functions'. *Journal of Travel Research* 58(4):637–49. doi:10.1177/0047287518772366.
- Kim, Hyangmi, and Joseph S. Chen. 2021. 'Memorable Travel Experiences: Recollection vs Belief'. *Tourism Recreation Research* 46(1):124–31. doi:10.1080/02508281.2020.1771653.
- Kim, Hyunsu, and Kevin Kam Fung So. 2022. 'Two Decades of Customer Experience Research in Hospitality and Tourism: A Bibliometric Analysis and Thematic Content Analysis'. *International Journal of Hospitality Management* 100:103082. doi:10.1016/j.ijhm.2021.103082.
- Kim, Jong-Hyeong. 2014. 'The Antecedents of Memorable Tourism Experiences: The Development of a Scale to Measure the Destination Attributes Associated with Memorable Experiences'. *Tourism Management* 44:34–45. doi:10.1016/j.tourman.2014.02.007.
- Kim, Jong-Hyeong. 2018. 'The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction'. *Journal of Travel Research* 57(7):856–70. doi:10.1177/0047287517721369.
- Kim, Jong-Hyeong, J. R. Brent Ritchie, and Bryan McCormick. 2012. 'Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences'. *Journal of Travel Research* 51(1):12–25. doi:10.1177/0047287510385467.
- Kim, Jong-Hyeong, J. R. Brent Ritchie, and Vincent Wing Sun Tung. 2010. 'The Effect of Memorable Experience on Behavioral Intentions in Tourism: A Structural Equation

- Modeling Approach'. *Tourism Analysis* 15(6):637–48. doi:10.3727/108354210X12904412049776.
- Khuong, M. N., & Ha, N. T. (2019). The impact of destination attractiveness on tourist satisfaction: A case study of Vietnam. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(1), 1-12.
- Kock, Florian, Alexander Josiassen, and A. George Assaf. 2016. 'Advancing Destination Image: The Destination Content Model'. *Annals of Tourism Research* 61:28–44. doi:10.1016/j.annals.2016.07.003.
- Lončarić, Dina, Marina Perišić Prodan, and Jasmina Dlačić. 2021. 'MEMORABLE TOURISM EXPERIENCES INSPIRED BY THE BEAUTY OF NATURE'. *Tourism and Hospitality Management* 27(2):315–37. doi:10.20867/thm.27.2.5.
- Luo, Jian Ming, Chi Fung Lam, and Hongyu Wang. 2021. 'Exploring the Relationship Between Hedonism, Tourist Experience, and Revisit Intention in Entertainment Destination'. *Sage Open* 11(4):21582440211050390. doi:10.1177/21582440211050390.
- Melani, Melani, and Verinita Verinita. 2020. 'PENGUJIAN MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA WISATAWAN DI KAWASAN WISATA BAHARI SUMATERA BARAT'. *Ekonis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 22(2). doi:10.30811/ekonis.v22i2.1982.
- Nimoland Group - Destinations. 2025. <https://nimolandgroup.com/destinations/detail/1>.
- Oh, Haemoon, Ann Marie Fiore, and Miyoung Jeoung. 2007a. 'Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications'. *Journal of Travel Research* 46(2):119–32. doi:10.1177/0047287507304039.
- Oh, Haemoon, Ann Marie Fiore, and Miyoung Jeoung. 2007b. 'Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications'. *Sage Publications* 46:119–32. doi:10.1177/0047287507304039.
- Oktaviyanti, Sri Safitri. 2013. 'Dampak Sosial Budaya Interaksi Wisatawan dengan Masyarakat Lokal di Kawasan Sosrowijayan'. *Jurnal Nasional Pariwisata* 5:201–8.
- Pradana, Gamma Bhakti, Ratih Hurriyati, and Heny Hendrayati. 2024. 'The Role of the Memorable Tourism Experience in Creating Tourist Behavioral Intention'. Pp. 932–37 in *Proceedings of the 7th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2022)*. Vol. 255, *Advances in Economics, Business and Management Research*, edited by R. Hurriyati, L. A. Wibowo, A. G. Abdullah, Sulastri, Lisnawati, and Y. Murtadlo. Dordrecht: Atlantis Press International BV.
- Raju, P. S., and Michael D. Reilly. 1980. 'Product Familiarity and Information Processing Strategies: An Exploratory Investigation'. *Journal of Business Research* 8(2):187–212. doi:10.1016/0148-2963(80)90010-7.
- Rasoolimanesh, S. Mostafa, Siamak Seyfi, C. Michael Hall, and Pezhman Hatamifar. 2021. 'Understanding Memorable Tourism Experiences and Behavioural Intentions of Heritage Tourists'. *Journal of Destination Marketing & Management* 21:100621. doi:10.1016/j.jdmm.2021.100621.
- Rasoolimanesh, S. Mostafa, Siamak Seyfi, Raouf Ahmad Rather, and Colin Michael Hall. 2022. 'Investigating the Mediating Role of Visitor Satisfaction in the Relationship between Memorable Tourism Experiences and Behavioral Intentions in Heritage Tourism Context'. *Tourism Review* 77(2):687–709. doi:10.1108/TR-02-2021-0086.
- Rocha, Elisângela Da Silva, Salvador Anton Clavé, and Fabricia Durieux Zucco. 2024. 'The Memorable Experience in Tourism: The Case of the Beto Carrero World

- Theme Park (SC, Brazil)'. *Applied Tourism* 9(2):13–27. doi:10.14210/at.v9i2.17737.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Saha, Gour C. and Theingi. 2009. 'Service Quality, Satisfaction, and Behavioural Intentions: A Study of Low-cost Airline Carriers in Thailand'. *Managing Service Quality: An International Journal* 19(3):350–72. doi:10.1108/09604520910955348.
- Santi, Eka, and Anggalia Wibasuri. 2024. 'PENGARUH PENGALAMAN YANG BERKESAN TERHADAP NIAT MENGUNJUNGI KEMBALI PARIWISATA PESISIR BARAT: KEPUASAN SEBAGAI PEMEDIASI'. 15(1).
- Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. 2015. 'DASAR METODOLOGI PENELITIAN'. *Literasi Media Publishing*.
- Skavronskaya, Liubov, Brent Moyle, and Noel Scott. 2020. 'The Experience of Novelty and the Novelty of Experience'. *Frontiers in Psychology* 11:322. doi:10.3389/fpsyg.2020.00322.
- Soonsan, Nimit, and Sasiwemon Sukahbot. 2020. 'The Destination Image - Behavioural Intention Relationship: Testing Potential Mediations'. *International Journal of Innovation* 14(9).
- Sthapit, Eroze, Giacomo Del Chiappa, Dafnis N. Coudounaris, and Peter Björk. 2020. 'Tourism Experiences, Memorability and Behavioural Intentions: A Study of Tourists in Sardinia, Italy'. *Tourism Review* 75(3):533–58. doi:10.1108/TR-03-2019-0102.
- Sugiyono, and Puji Lestari. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta cv.
- Tiwari, Abhijeet Vikramaditya, Naval Bajpai, Deependra Singh, and Vishal Vyas. 2022. 'Antecedents of Hedonism Affecting Memorable Tourism Experience (MTE) Leading to Revisit Intention in Tourists'. *International Journal of Tourism Cities* 8(3):588–602. doi:10.1108/IJTC-03-2021-0043.
- Tung, Vincent Wing Sun, and J. R. Brent Ritchie. 2011. 'Exploring the Essence of Memorable Tourism Experiences'. *Annals of Tourism Research* 38(4):1367–86. doi:10.1016/j.annals.2011.03.009.
- Um, Seoho, Kaye Chon, and YoungHee Ro. 2006. 'Antecedents of Revisit Intention'. *Annals of Tourism Research* 33(4):1141–58. doi:10.1016/j.annals.2006.06.003.
- Yu, Chia-Pin, Wei-Chun Chang, and Jittakon Ramanpong. 2019. 'Assessing Visitors' Memorable Tourism Experiences (MTEs) in Forest Recreation Destination: A Case Study in Xitou Nature Education Area'. *Forests* 10(8):636. doi:10.3390/f10080636.
- Yudhistira, Putu Gde Arie, Ni Kadek Reinita Andriyani, and I. Gede Agus Sukertha Yasa. 2022. 'Domestic Tourists' Revisit Intention: The Role of Novelty and Destination Image at Hidden Canyon Beji Guwang'. *International Journal of Social Science and Business* 6(2):225–31. doi:10.23887/ijssb.v6i2.46014.
- Zhou, Xue, Siew Imm Ng, and Jo Ann Ho. 2023. 'Examining the Relationships of Destination Image, Memorable Tourism Experience and Tourists' Behavioral Intentions in Ancient Towns'. *Social Space Journal* 23(01).