

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* di *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort*. Penelitian ini menggunakan dua variabel, variabel penelitian adalah suatu nilai yang berbeda atau bervariasi nilai. Nilai-nilai dapat berbeda pada waktu untuk objek yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda (Uma Sekaran, 2013:68).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. *Dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negative (Uma Sekaran, 2013:69). Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *revisit intention* yang terdiri dari *repeat visits* dan *recommendation*, sementara yang menjadi variabel independen adalah *tourist experience* yang terdiri dari *entertainment*, *educational*, *esthetic* dan *escape*.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah menginap di *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort*. *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort* dipilih sebagai objek penelitian dengan pertimbangan bahwa objek ini perlu dilakukan penelitian mengenai, pengaruh *tourist experience* dan *revisit intention*. Penelitian ini membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Oleh sebab itu, metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. *Cross sectional study* adalah sebuah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian (Uma Sekaran, 2013:106) . Penelitian ini difokuskan pada penelitian tentang pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* wisatawan yang berwisata ke *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort*.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan penjabaran diatas, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas (verifikatif).

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

Menurut (Uma Sekaran, 2013:100) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu biasanya penjelasan mengenai karakteristik pasar atau fungsi. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai gambaran *tourist experience*, dan gambaran *revisit intention*. Sedangkan penelitian verifikatif menurut (Sugiyono, 2012:55) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam hal ini dilakukan uji hipotesis dilapangan terhadap tamu individu yang menginap di *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort* untuk mengetahui pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention*.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, yakni deskriptif dan kausalitas (verifikatif), maka metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan metode *explanatory survey*. Menurut (Sugiyono, 2014:8) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut:

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dan metode *explanatory survey* menurut (Sugiyono, 2012:11) mendefinisikan metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Berdasarkan penelitian tersebut yang menggunakan metode tersebut, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *tourist experience* (X), yaitu *entertainment experience* (X,1) *educational experience* (X,2) *hedonisme* (X,3) *esthetic* (X,4) *escape* dan variabel

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

endogen (Y) yaitu *revisit intention* terdiri dari *repeat purchase* (Y,1) *repeat visits* (Y,2) dan *recommendation* (Y,3).

Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Tourist Experience</i> (X)	Pengalaman merupakan perspektif wisatawan mengenai hal yang didapatkan dari daerah tujuan wisata, pengalaman yang berupa langsung dan tidak langsung dari proses pelayanan, organisasi, fasilitas dan bagaimana pelanggan berinteraksi dengan perusahaan jasa dan wisatawan lainnya yang membuat respon kognitif, emosi dan perilaku wisatawan dan meninggalkan wisawatan dengan kenangan tentang pengalaman sehingga bersifat subjektif yang membangun wisatawan untuk mengkonsumsi atau merasakan dari produk wisata yang berbeda (Pine & Gilmore dalam Song dan Hak Jun (2015))				
	Dimensi yang berasal dari perasaan dan emosi positif maupun pengalaman menyenangkan yang mampu menghibur wisatawan saat berkunjung ke suatu destinasi.		Perasaan menikmati <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	<i>Ordinal</i>	1
<i>Entertainment Experience</i> (X ₁)	Dimensi yang secara aktif melibatkan pikiran wisatawan, menarik keingintahuan mereka untuk belajar sesuatu yang baru.	<i>Menyenangkan</i>	Kemenarikan menikmati <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	<i>Ordinal</i>	2
		Pengetahuan yang di dapat	Pengetahuan baru untuk mengenal alam yang didapatkan di <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	<i>Ordinal</i>	3
<i>Educational Experience</i> (X ₂)	Dimensi yang memiliki ikatan paling efektif	Manfaat pengetahuan yang di dapat	Pembelajaran mengenai alam ketika melakukan kegiatan di <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	<i>Ordinal</i>	4
		Keluar Rutinitas	Sejauh mana <i>Experience</i> yang diberikan <i>Camping</i>	<i>Ordinal</i>	5

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

	antara wisatawan dengan pengalaman yang mereka rasakan di mana wisatawan merasa melarikan diri dari tempat dan rutinitas sehari-hari selama berkunjung di suatu destinasi.	Berada di Tempat lain	<i>Park</i> sehingga dapat melupakan rutinitas sehari-hari Tingkat perasaan seolah-olah berada di tempat dan waktu yang lain saat menginap di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	<i>Ordinal</i>	6
<i>Esthetic Experience (X₄)</i>	Dimensi yang bersifat pasif mengacu pada keindahan lingkungan fisik yang dirasakan wisatawan melalui panca indra.	Keindahan Pemandangan Alam	Pemandangan alam di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	<i>Ordinal</i>	7
		Lingkungan	Tingkat lingkungan alam dalam memberi kesenangan pada saat di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	<i>Ordinal</i>	8
		Nyaman	Tingkat Perasaan menyenangkan saat berada di lanskap alam <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	<i>Ordinal</i>	9
		Observasi	Perasaan pada saat mengobservasi alam bebas di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	<i>Ordinal</i>	10
<i>Revisit Intention (Y)</i>	<i>Revisit intention</i> adalah Minat kunjungan ulang merupakan kondisi dimana pengguna merasa produk atau jasa dapat memenuhi kebutuhan pengguna sehingga pada akhirnya pengguna kembali menggunakannya atau mengunjunginya dan bahkan dapat menyebarkannya kepada pihak lain. (Satidchoke Phosaard, et al. (2013))				
<i>Repeat Purchase (Y₁)</i>	Suatu niat berperilaku untuk membeli lebih	Membeli Lebih	Keinginan untuk membeli produk tambahan ketika berwisata di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	<i>Ordinal</i>	11
			Keinginan untuk membeli lagi dimasa	<i>Ordinal</i>	12

		depan		
<i>Repeat Visits</i> (Y_2)	Suatu niat berperilaku menggunakan suatu produk sebanyak dua kali atau lebih.	Mengunjungi kembali	Keinginan mengunjungi kembali ke <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	<i>Ordinal</i> 13
			Keinginan untuk mengunjungi kembali bersama teman atau keluarga ke <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	<i>Ordinal</i> 14
			Keinginan untuk menggunakan fasilitas lainnya yang belum dirasakan di <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	<i>Ordinal</i> 15
<i>Recommendation</i> (Y_3)			Keinginan merekomendasikan	<i>Ordinal</i> 16
			Memberikan penilaian positive	<i>Ordinal</i> 17
			Frekuensi merekomendasikan	Kesediaan menceritakan pengalaman positif daya tarik wisata <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh peneliti yaitu data berupa data kunjungan wisatawan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Subang Tahun 2013-2017 dan beberapa studi literatur. Peneliti juga mendapatkan data sekunder mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini dan peneliti melakukan observasi secara langsung ke destinasi wisata *Camping Park* Sari Ater Hotel & Resort.

Untuk lebih jelasnya Tabel 3.2 menjelaskan tentang sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antarlain:

TABEL 3.2

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH *TOURIST EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION*

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

JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata di Kabupaten Subang	Sekunder	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pariwisata Jawa Barat 2018
2.	Rekapitulasi Data Pengunjung Ke Destinasi Wisata Pemandian Air Panas di Ciater.	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Subang 2018
3.	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata Sari Ater Hotel & Resort.	Sekunder	Sari Ater Hotel & Resort
4.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>tourist experience</i> dan <i>revisit intention</i>	Sekunder	Ebook dan Jurnal
5.	Tanggapan wisatawan mengenai <i>tourist experience</i>	Primer	Kunjungan wisatawan ke <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort
6.	Tanggapan wisatawan mengenai <i>revisit intention</i>	Primer	Kunjungan wisatawan ke <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Di dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis. Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti (Uma Sekaran, 2013:240). Sedangkan menurut (Indrawan, 2014:94) mengemukakan

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH *TOURIST EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION*

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

bahwa populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen yang akan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang pertama kali menginap di *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort*.

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:116), sedangkan menurut (Uma Sekaran, 2013:241) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian subkelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Berdasarkan kutipan di atas mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati. Berdasarkan sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah, maka digunakan rumus Tabachnick dan Fidell, (2013:123) mengemukakan pengukuran tersebut yaitu dengan rumus:

$$N \geq 50 + m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: m = jumlah variabel

N = jumlah sampel

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 5$$

$$N \geq 109$$

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH *TOURIST EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION*

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

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 109 orang responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Charles Stangor (2011:110) mengungkapkan bahwa teknik sampling mengacu pada pemilihan orang-orang untuk berpartisipasi dalam sebuah proyek penelitian, biasanya digunakan untuk tujuan membuat kesimpulan tentang kelompok yang lebih besar dari individu. Penarikan sampel merupakan suatu proses pemilihan sejumlah elemen dari populasi sehingga dengan mempelajari sampel akan memungkinkan untuk menggeneralisasi karakteristik elemen populasi.

Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

1. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012:92). Teknik ini meliputi *systematic random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *sampling area (cluster sampling)*.
2. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012:95). Teknik ini meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *incidental sampling*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*.

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Systematic random sampling*. Sampel sistematis adalah metode penarikan sampel yang menarik setiap elemen ke-*n* dalam populasi yang dimulai memilih unsur secara *random* antara unsur nomor satu dan *n* (Zulganef, 2008:142). *Systematic random sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan jika peneliti dihadapkan pada ukuran populasi yang banyak dan tidak memiliki alat pengambil data secara *random*. Teknik pengambilan sampelnya dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran. Dalam hal ini populasi sasaran adalah partisipan yang sudah pernah menginap di *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort*

2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini tempat yang dijadikan *check point*-nya yaitu *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort*
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan peneliti adalah pukul 07.00-11.00 WIB. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 10 hari.

Menentukan ukuran sampel (n) partisipan yang akan disurvei. Berdasarkan jumlah sampel maka dalam satu hari (selama 10 hari) kuesioner yang harus diberikan sebanyak 109: $10 = 11$ responden setiap harinya.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data. Peneliti perlu mengetahui bagaimana teknik pengumpulan data supaya mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, dengan mengajukan pertanyaan baik tertulis maupun lisan, baik kepada pihak pengelola *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort* dan kepada wisatawan yang menginap di *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort*.
2. Observasi, peneliti datang langsung ke *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort* dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Subang untuk memperoleh data-data yang diperlukan.
3. Kuesioner (Angket), berisi pertanyaan mengenai identitas dan pengalaman responden, penilaian responden mengenai *tourist experience* dan *revisit intention* di *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort*.
4. Studi Literatur, dengan pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku maupun jurnal-jurnal guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Agar lebih jelas, maka penulis menggambarkan dan menyajikan tujuan menggunakan teknik pengumpulan data pada Tabel 3.3 berikut ini:

TABEL 3.3

TEKNIK PENGUMPULAN DATA DIKAITKAN DENGAN TUJUAN PENELITIAN

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Kuesioner	Wisatawan yang menginap di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>
2.	Studi Literatur	Buku dan jurnal yang berhubungan dengan masalah penelitian
3.	Wawancara	Pihak pengelola <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i> dan wisatawan yang menginap di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>
4.	Observasi	Destinasi wisata terkait yaitu <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *tourist experience* (X) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel *revisit intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas merupakan cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditunjukkan untuk mengukur variabel tertentu (Uma Sekaran, 2016). Validitas merupakan salah satu kriteria yang wajib dipenuhi agar suatu instrumen penelitian dapat dilaksanakan sebagai instrumen penelitian yang baik. Instrumen penelitian ini merupakan alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti.

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH *TOURIST EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION*

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

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item dari pertanyaan dengan skor totalnya.

Rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrument adalah dengan rumus korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_1 = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = jumlah sampel atau banyaknya responden

Dengan kriteria valid yaitu sebagai berikut:

Valid = r_{hitung} lebih besar sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)

Tidak valid = r_{hitung} lebih kecil sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \leq r_{tabel}$)

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL 3.4
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2014)

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r_{tabel} dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika rhitung lebih kecil dari $r_{hitung} \leq r_{tabel}$.
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 20 *for windows*. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti. Hasil uji validitas yang diajukan peneliti kepada 30 responden dapat dilihat pada tabel 3.5 sebagai berikut:

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Tourist Experience</i>				
<i>Entertainment Experience (X₁)</i>				
1.	Perasaan menikmati <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	0,938	0,361	<i>Valid</i>
2.	Kemenarikan menikmati <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	0,942	0,361	<i>Valid</i>
<i>Educational Experience (X₂)</i>				
3.	Pengetahuan baru untuk mengetahui alam yang didapatkan di <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	0,866	0,361	<i>Valid</i>
4.	Pembelajaran mengenai alam ketika melakukan kegiatan di <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	0,872	0,361	<i>Valid</i>
<i>Escape Experience (X₃)</i>				
5.	Sejauh mana <i>Experience</i> yang diberikan <i>Camping Park</i> Sehingga melupakan rutinitas sehari-hari	0,958	0,361	<i>Valid</i>

6.	Tingkat perasaan seolah-olah berada ditempat dan waktu yang lain saat menginap di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	0,958	0,361	<i>Valid</i>
<i>Esthetic Experience (X₄)</i>				
7.	Pemandangan alam di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	0,773	0,361	<i>Valid</i>
8.	Tingkat Lingkungan alam dalam memberikan kesenangan pada saat di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	0,769	0,361	<i>Valid</i>
9.	Tingkat Perasaan menyenangkan saat berada di landscape alam <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	0,624	0,361	<i>Valid</i>
10.	Perasaan pada saat mengobservasi alam bebas di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	0,858	0,361	<i>Valid</i>
<i>Revisit Intention</i>				
<i>Repeat Purchase (Y₁)</i>				
11.	Keinginan untuk membeli produk tambahan ketika berwisata di <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	0,680	0,361	<i>Valid</i>
12.	Keinginan untuk membeli lagi dimasa depan	0,673	0,361	<i>Valid</i>
<i>Repeat Visits (Y₂)</i>				
13.	Keinginan mengunjungi kembali ke <i>Camping Park Sari Ater Hotel & Resort</i>	0,870	0,361	<i>Valid</i>
14.	Keinginan untuk	0,855	0,361	<i>Valid</i>

	mengunjungi kembali bersama teman atau keluarga ke <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort			
15.	Keinginan untuk menggunakan fasilitas lainnya yang belum dirasakan di <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	0,666	0,361	<i>Valid</i>
<i>Recommendation (Y₃)</i>				
16.	Keinginan merekomendasikan Daya Tarik Wisata <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	0,753	0,361	<i>Valid</i>
17.	Keinginan memberikan penilaian positif terhadap <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	0,714	0,361	<i>Valid</i>
18.	Kesediaan untuk menceritakan pengalaman positif selama menginap di <i>Camping Park</i> Sari Ater Hotel & Resort	0,605	0,361	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan Tabel 1.2 hasil uji validitas menunjukkan bahwa angket kuesioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hasil pengujian validitas instrument penelitian memperlihatkan bahwa semua butir pertanyaan (17 item) valid karena skor $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Diketahui bahwa nilai tertinggi pada dimensi variabel X terdapat pada item nilai pada pengalaman wisatawan terhadap suasana di daya tarik wisata dengan nilai 0,958, sedangkan nilai terendah adalah 0,624 pada item nilai *tourist experience* terhadap program/proyek yang diikuti . Item pertanyaan pada dimensi variabel Y juga valid dan dapat diketahui juga bahwa nilai terbesar daro *repeat purchase*, *repeat visits* dan *recommendation* yaitu sebesar 0,870 sedangkan nilai terendah adalah 0,605 pada item nilai *revisit intention* kembali terhadap program/proyek yang diikuti pengujian reliabilitas.

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

3.2.6.2 Hasil Pengujian Realibitas

Reabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut (Uma Sekaran, 2016). Penelitian ini, realibilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* dikarenakan instrumen pertanyaan yang digunakan merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala likert 1 sampai 5.

Beriku ini adalah tahapan *Cronbach's alpha* (α) menurut Siregar (2013) :

a. Rumus *alpha* atau *cronbach's alpha*

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

X_i = Jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

$\sum X$ = Total jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

b. Jumlah varian butir pertanyaan dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

σ = Nilai varians

x = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika Cronbach's Alpha > 0,700 maka instrumen dikatakan reliable.
2. Jika Cronbach's Alpha < 0,700 maka instrumen dikatakan tidak reliable.

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 23 *for window* sebagai berikut:

1. Memasukkan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
2. Klik variabel view, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
3. Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*.
4. Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
5. Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS Statistics 20 dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item $C_{hitung} \geq C_{minimal}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena $C_{hitung} \geq 0,700$. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS Statistics 20 *for windows* diperoleh hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS TOURIST
EXPERIENCE DAN REVISIT INTENTION

No.	Var iabel	C_{hitung}	$C_{minimal}$	Kesimpulan
1.	<i>Tourist Experience</i>	0,834	0,700	Reliabel
2.	<i>Revisit Intention</i>	0,716	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2018

Pada Tabel 3.6 hasil pengujian reabilitas dapat diketahui bahwa hasil tingkat *reliability* pada penelitian ini, untuk *Tourist Experience* yaitu sebesar 0,834 dan untuk *Revisit Intention* yaitu sebesar 0,716. Maka dapat disimpulkan bahwa item peranyaan kuisioner sudah realibel karena *cronbach's alpha* (α) $\geq 0,70$.

3.2.7 Teknik Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-ariabel penelitian, antara lain :

1. Analisis deskriptif tentang *tourist experience* di *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort* yang terdiri dari *entertainment experience* dan *educational experience*, *esthetic experience* dan *escape experience*

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

2. Analisis deskriptif tentang *revisit intention* wisatawan *Camping Park Sari Ater Hotel & Resort*.

Setelah dilakukannya analisis deskriptif, analisis berikutnya dilakukan setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap berikut ini:

1. Menyusun data;

Penyusunan data dilakukan dengan memeriksa kelengkapan data mulai dari identitas responden hingga pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul;

3. Tabulasi data;

- a. Memberikan skor pada setiap item,
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item,
- c. Mengubah jenis data, dan
- d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan yang pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut :

TABEL 3.7
ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA *LIKERT*

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/ positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber : (Riduwan, 2013: 39)

4. Menganalisis data;

Kegiatan ini dilakukan dimulai dari pengolahan data-data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis dengan menginterpretasi data

berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus-rumus statistik.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menyusun data;

Kegiatan ini untuk untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data;

Tabulasi data yang dilakukan;

a. Memberikan skor pada setiap item,

b. Menjumlahkan skor pada setiap item, dan

c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

3. Menganalisis data

Merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistic, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

4. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah metode verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda.

Oprasi matematika tidak berlaku untuk data ordinal, maka dalam proses merubahnya menjadi data interval dipakai proporsi untuk menentukan nilai dari setiap point angka ordinal. Pada penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, oleh karena itu semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Untuk lebih jelasnya proses analisis regresi berganda akan dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. ***Method of Successive Internal (MSI)***

Method of Successive Interval (MSI) merupakan metode skala untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval. Jadi, MSI dapat dikatakan mentransformasi data pengukuran ordinal

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

menjadi interval. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Install add ins *Successive.xls* pada *Microsoft Excel*.
2. Jalankan aplikasi *Microsoft Excel*.
3. Buka data yang akan diolah menjadi MSI.
4. Klik *Toolbar Statistics*.
5. Pilih *Successive Interval*.
6. Pada Menu *Input* pilih *data range*, lalu drag data yang akan di MSI.
7. Pada Menu *Output* pilih kolom tempat MSI.
8. Pilih *Next*.
9. Pada Menu *Select Variables*, pilih seluruh item yang akan di MSI-kan.
10. Pilih *Next*.
11. Pada Menu *Min Value* isi dengan 1 dan *Max Value* dengan 5.
12. Klik Menu *Display Summary*, lalu *Next*.
13. Klik *Finish*.

Data penelitian yang telah berskala interval selanjutnya akan ditemukan pasangan data *variabel independent* dengan *variabel dependent* serta akan ditemukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Untuk mendapatkan kelima variabel mempunyai hubungan kausal atau tidak, maka harus didasarkan pada teori atau konsep-konsep tentang variabel-variabel tersebut.

2. Teknik Analisis Linear Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan satu analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas (X) atau lebih terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih.

Persamaan regresi linier berganda penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan : Y = Variabel terikat yang diprediksikan (*Revisit Intention*)

a = Konstant

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan

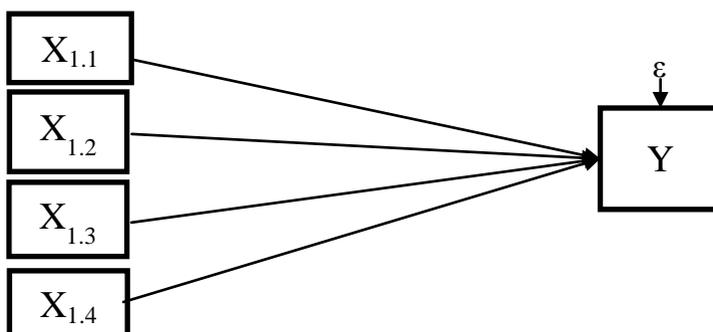
Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH *TOURIST EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION*

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

X = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu $X_{1.1}$ (*entertainment experience*) $X_{1.2}$ (*educational experience*), $X_{1.3}$ (*esthetic experience*), dan $X_{1.4}$ (*escape experience*), adalah variabel penyebab

Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih. Menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen, lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan:

X_1 = *entertainment experience*

X_2 = *educational experience*

X_3 = *esthetic experience*

X_4 = *escape experience*

Y = *revisit intention*

Larangan asumsi-asumsi dalam analisis regresi linear berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan-larangan dalam analisis regresi linear berganda tidak terjadi yaitu dengan cara uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Asumsi Normalitas

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH *TOURIST EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION*

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

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. Untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$. Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam Uji normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05, (Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*).

b. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefisien (r) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai tolerance dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Melihat nilai tolerance, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih besar 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai Tolerance lebih kecil atau sama dengan 0.10. Melihat nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

c. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$.

d. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan langkah terakhir dalam analisis data. Diperlukan teknik analisis data yang mampu memberikan keterangan yang bermanfaat serta menguji hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini.

3.2.8.1 Pengujian Hipotesis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh simultan ataupun parsial ($X_{1.1}$), ($X_{1.2}$), ($X_{1.4}$), dan ($X_{1.4}$), terhadap *revisit intention* wisatawan Camping Park Sari Ater Hotel & Resort.

Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu *tourist experience* yang terdiri dari *entertainment experience*, *educational experience*, *esthetic experience* dan *escape experience* terhadap variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention*. Pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_1 diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan.

Andika Rahmatulloh, 2018

PENGARUH TOURIST EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION

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

Secara statistik, hipotesis yang akan di uji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 = 0$, tidak ada pengaruh dari *tourist experience* (X) yang terdiri dari *entertainment experience* ($X_{1,1}$) dan *educational experience* ($X_{2,1}$) *esthetic experience* ($X_{1,3}$) dan *escape xperience* ($X_{1,4}$) terhadap *revisit intention*(Y)

$H_a \neq 0$, terdapat pengaruh dari *tourist experience* (X) yang terdiri dari *entertainment experience* ($X_{1,1}$), *educational experience* ($X_{2,1}$) *esthetic experience* ($X_{1,3}$) dan *escape experience* ($X_{1,4}$) terhadap *revisit intention* (Y)