

NO. DAFTAR FPIPS: 2210/UN40.A2.7/PP/2020

**PENGARUH *HOLIDAY EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION***

(Survei terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Nasional Karimunjawa)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata
pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



oleh
Nahra Keumalahayati
1605015

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2021**

LEMBAR HAK CIPTA
**PENGARUH *HOLIDAY EXPERIENCE* TERHADAP REVISIT
INTENTION**

(Survei terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Nasional Karimunjawa)

Oleh

Nahra Keumalahayati

1605015

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
Fakultas Ilmu Pendidikan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia.

©Nahra Keumalahayati, 2021

Universitas Pendidikan Indonesia

Januari 2021

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HOLIDAY EXPERIENCE TERHADAP REVISIT
INTENTION**

(Survei terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Nasional Karimunjawa)

Skripsi ini disetujui dan disahkan

oleh:

Pembimbing I

Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M
NIP. 19810608 200604 2 001

Pembimbing II

Oce Ridwanudin, S.E., M.M
NIP. 19810407 201012 1 002

**Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Pemasaran Pariwisata**

Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M
NIP. 19810608 200604 2 001

**Tanggung Jawab Yuridis
Ada pada Penulis**

Nahra Keumalahayati
NIM. 1605015

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul Pengaruh *Holiday Experience* terhadap *Revisit Intention* (Survei terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Nasional Karimunjawa) ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Januari 2021

Yang Membuat Pernyataan



Nahra Keumalahayati

NIM. 1605015

ABSTRAK

Nahra Keumalahayati (1605015), “Pengaruh *Holiday Experience* terhadap *Revisit Intention*” (Survei terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Nasional Karimunjawa) di bawah bimbingan Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M., dan Oce Ridwanudin, S.E., M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari holiday experience terhadap revisit intention di Taman Nasional Karimunjawa. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah holiday experience yang terdiri dari beberapa sub dimensi yaitu control, detachment, mastery, dan relaxation serta variabel terikat (Y) adalah revisit intention. Metode yang digunakan adalah *cross sectional study* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang terdiri dari wisatawan yang pernah berkunjung ke Taman Nasional Karimunjawa. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 24. *Mastery* dan *intention to recommend* mendapatkan penilaian tertinggi. Sedangkan *relaxation* dan *intention to revisit* mendapatkan penilaian terendah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel *holiday experience* memberi pengaruh signifikan pada *revisit intention* di Taman Nasional Karimunjawa. Namun secara terpisah hanya ada tiga sub dimensi dari variabel *holiday experience* yang berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*.

Kata kunci— *holiday experience, revisit intention*

ABSTRACT

Nahra Keumalahayati (1605015), "The Influence of Holiday Experience toward Revisit Intention" (Survey of Tourist in Taman Nasional Karimunjawa) under the guidance of Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M. and Oce Ridwanudin, SE., MM.

The purpose of this study was to determine how the influence of holiday experience toward revisit intention in Taman Nasional Karimunjawa. The independent variable (X) in this study is holiday experience which consists of several sub dimensions, namely control, detachment, mastery, and relaxation, and the dependent variable (Y) is revisit intention. The method used is a cross sectional study technique with a total of 100 respondents consisting of tourist in Taman Nasional Karimunjawa. The data analysis technique used is multiple regression with the help of the IBM SPSS statistics 24 program. Mastery and intention to recommend get the highest ratings. Meanwhile, relaxation and intention to revisit have the lowest score. The results showed that the holiday experience variables together had a significant influence on the revisit intention in Taman Nasional Karimunjawa. However, separately there are only three sub-dimensions of the holiday experience variable that have a significant effect on revisit intention.

Keywords— holiday experience, revisit intention

KATA PENGANTAR

Ucap rasa syukur yang begitu besar kepada Allah SWT. Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Holiday Experience* terhadap *Revisit Intention* (Survei terhadap Wisataawan yang Berkunjung ke Taman Nasional Karimunjawa)” ini sebagai salah satu syarat akademik menempuh ujian sidang sarjana pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata. Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu mencari pengaruh *holiday experience* terhadap *revisit intention* di Taman Nasional Karimunjawa

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum sepenuhnya sempurna, masih terdapat kekurangan, baik dari segi penggunaan bahasa maupun isi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan dan menerima segala kritikan maupun saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Penulis berharap karya ini dapat memberi sumbangan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata, praktisi, bagi pembaca dan tentunya bagi penulis.

Bandung, Januari 2021

Nahra Keumalahayati

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan pada Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari peranan serta dukungan beberapa pihak, mulai dari tahap awal hingga tahap akhir.

Maka dalam kesempatan ini, izinkanlah penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.Si., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Dr. Agus Mulyana M. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia, dan juga selaku dosen pembimbing I atas segala keikhlasan, saran dan masukan dalam membimbing serta memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan oleh penulis.
4. Bapak Oce Ridwanudin, SE., M.M, selaku dosen pembimbing II atas segala keikhlasan, ketelitian dan kesungguhan beliau dalam membimbing serta memberikan pengarahan, kemudahan, dan kelancaran juga saran dan masukan sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Welsi Damayanti, M.Pd. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan saran dan motivasi selama menjalani perkuliahan ini.
6. Bapak Taufik Abdullah, SE., M.M.Par, HP. Diah Setiyorini, M.M,Ibu Rini Andari, SE.Par., M.M, Bapak Gitasiswhara, SE.Par., M.M, Ibu Dewi Pancawati N, S.Pd., M.M dan seluruh dosen-dosen di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata atas segala ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata FPIPS UPI atas segala ilmu dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

8. Pihak Balai Taman Nasional Karimunjawa yang telah memberikan izin dan bantuan sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan tanpa hambatan yang berarti.
 9. Kedua orang tua, Ibu Aam Susana dan Ayah Agus Djumara yang selalu sabar dalam mendidik, mengajarkan segala sesuatu tentang kebaikan dan motivasi senantiasa mendoakan hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
 10. Teman-teman (Squad, Hayu, Bismillahirrahmanirahim) yang selalu mendukung, menemani, membantu, dan memberikan semangat selama penulis melakukan penyusunan skripsi ini.
 11. Dugong, yang selalu menemani dari awal masa perkuliahan hingga saat ini, dan selalu memberikan semangat satu sama lainnya.
 12. Teman-teman MPP angkatan 2016 atas segala suka duka yang dilalui dari tahun 2016 hingga akhir masa perkuliahan.
 13. Semua pihak yang selalu memberika motivasi, dukungan, bantuan, dan do'a yang tidak dapat disebutkan satu-persatu oleh penulis.
- Akhir kata, penulis berharap semoga segala bantuan dari seluruh pihak mendapat balasan berlipat ganda oleh Allah SWT.

Bandung, Januari 2021

Nahra Keumalahayati

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Konsep Revisit Intention.....	13
2.1.1.1 Konsep Revisit Intention dalam Tourist Behavior	13
2.1.1.2 Definisi Revisit Intention	15
2.1.1.3 Dimensi/Indikator/Unsur-unsur.....	17
2.1.1.4 Model Revisit Intention.....	17
2.1.2 Konsep Holiday Experience.....	19
2.1.2.1 Konsep Holiday Experience dalam Konsep Customer Experience	19
2.1.2.2 Definisi <i>Holiday Experience</i>	21
2.1.2.3 Dimensi Holiday Experience.....	22
2.1.2.4 Model Holiday Experience dalam Konsep Tourist Experience ..	24

2.1.3	Hasil Penelitian Terdahulu	25
2.2	Kerangka Pemikiran	28
2.3	Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		34
3.1	Objek Penelitian	34
3.2	Metode Penelitian	35
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan	35
3.2.2	Operasional Variabel	36
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	39
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	40
3.2.4.1	Populasi	40
3.2.4.2	Sampel	40
3.2.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	41
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	43
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	44
3.2.6.1	Pengujian Validitas	44
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas	48
3.2.7	Teknik Analisis Data	50
3.2.7.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif	50
3.2.7.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif	51
3.2.8	Pengujian Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Profil Perusahaan dan Wisatawan	59
4.1.1	Profil Taman Nasional Karimunjawa	59
4.1.1.1	Identitas Taman Nasional Karimunjawa	59
4.1.1.2	Sejarah Taman Nasional Karimunjawa	60
4.1.1.3	Produk dan Jasa yang Ditawarkan	60
4.1.1.4	Fasilitas Penunjang	61
4.1.2	Karakteristik Responden di Taman Nasional Karimunjawa	61

4.1.2.1	Keterkaitan Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia 61	
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan, Pekerjaan, dan Pendapatan Per Bulan	62
4.1.3	Pengalaman Responden Berkunjung ke Taman Nasional Karimunjawa.....	64
4.1.3.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung, Teman Berkunjung dan Biaya yang Dikeluarkan saat Berkunjung ke Taman Nasional Karimunjawa.....	64
4.1.3.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi yang Didapatkan Mengenai Taman Nasional Karimunjawa	65
4.2	Gambaran <i>Tourist Experience</i> Responden Di Taman Nasional Karimunjawa	66
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Control</i> di Taman Nasional Karimunjawa	66
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Detachment</i> di Taman Nasional Karimunjawa	67
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Mastery</i> di Taman Nasional Karimunjawa	68
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Relaxation</i> di Taman Nasional Karimunjawa	70
4.2.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Holiday Experience</i>	71
4.3	Gambaran Revisit Intention di Taman Nasional Karimunjawa	72
4.3.1	Intention to Recommend	72
4.3.2	Intention to Revisit	73
4.3.3	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap <i>Revisit Intention</i> pada Taman Nasional Karimunjawa	74
4.4	Pengaruh <i>Holiday Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> di Taman Nasional Karimunjawa	75
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Regresi.....	76
4.4.1.1	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas.....	76
4.4.1.2	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas	77
4.4.1.3	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	78

4.4.1.4	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	79
4.4.1.5	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas	79
4.4.2	Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	80
4.4.3	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) 81	
4.4.4	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)....	81
4.4.5	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Holiday Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	83
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
4.5.1	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Holiday Experience</i>	83
4.5.2	Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Revisit intention</i>	84
4.5.3	Pengaruh <i>Holiday Experience</i> terhadap <i>Revisit intention</i>	85
4.6	Implikasi Hasil Temuan Penelitian	86
4.6.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	86
4.6.2	Temuan Penelitian Bersifat Empirik.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Rekomendasi	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN.....		95

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	3
TABEL 1.2	7
TABEL 2.1	15
TABEL 2.2	21
TABEL 2.3	25
TABEL 3.1	36
TABEL 3.2	40
TABEL 3.3	43
TABEL 3.4	45
TABEL 3.5	46
TABEL 3.6	50
TABEL 3.7	51
TABEL 3.8	55
TABEL 4.1	61
TABEL 4.2	62
TABEL 4.3	64
TABEL 4.4	65
TABEL 4.5	66
TABEL 4.6	67
TABEL 4.7	68
TABEL 4.8	70
TABEL 4.9	71
TABEL 4.10	73
TABEL 4.11	73
TABEL 4.12	74
TABEL 4.13	76
TABEL 4.14	77
TABEL 4.15	78
TABEL 4.16	79
TABEL 4.17	79
TABEL 4.18	80

TABEL 4.19	81
TABEL 4.20	82

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	6
GAMBAR 2.1	18
GAMBAR 2.2	18
GAMBAR 2.3	19
GAMBAR 2.4	24
GAMBAR 2.5	25
GAMBAR 2.6	31
GAMBAR 2.7	32
GAMBAR 3.1	54
GAMBAR 4.1	60
GAMBAR 4.2	72
GAMBAR 4.3	75

DAFTAR PUSTAKA

- Asadi, S. M. A. J. K. P. A. J. R. S. H. (2015). Factors Influencing Sport Tourists' Revisit Intentions: The Role and Effect of Destination Image, Perceived Quality, Perceived Value and Satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(2), 1–20.
- Bulus, H., & Samdi, E. M. (2016). Discriminant Analysis of Tourist Revisit-Intention for Effective Marketing of Ecotourism Destinations in Plateau State ., 12(3), 63–70. <https://doi.org/10.9790/5728-1203076370>
- Busby, G., & Fiedel, D. (2001). A Contemporary Review of Tourism, 53(4), 501–522.
- Chang, L., Backman, K. F., & Huang, Y. C. (2014). Creative tourism : a preliminary examination of creative tourists ' motivation , experience , perceived value and revisit intention. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032>
- Chang, L. L., Backman, K. F., & Huang, Y. C. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 8(4), 401–419. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2014-0032>
- Chen, C., Huang, W., & Petrick, J. F. (2016). Holiday recovery experiences , tourism satisfaction and life satisfaction e Is there a relationship ? *Tourism Management*, 53, 140–147. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.016>
- Chen, N., Funk, D. C., Chen, N., & Funk, D. C. (2010). Exploring Destination Image , Experience and Revisit Intention : A Comparison of Sport and Non-Sport Tourist Perceptions Exploring Destination Image , Experience and Revisit Intention : A Comparison of Sport and Non-Sport Tourist Perceptions, (December 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1080/14775085.2010.513148>
- Chen, J. V, Htaik, S., Hiele, T. M., & Chen, C. (2016). Investigating International Tourists' Intention to Revisit Myanmar Based on Need Gratification, Flow Experience and Perceived Risk. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, Online*(April), 1–20. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1133367>
- Enrique Bigné, J., Sánchez, I., & Andreu, L. (2009). The role of variety seeking in short and long run revisit intentions in holiday destinations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 103–115. <https://doi.org/10.1108/17506180910962113>
- Feng Hsiang Chang, C. Y. T. (2016). Influence of The Sports Tourism Attractiveness, Motivation, and Experience on Revisit Intentions. *Journal of Social Sciences & Humanities Research*, 2(1), 1–10.
- Fu, H., Ye, B. H., & Xiang, J. (2016). Reality TV, audience travel intentions, and destination image. *Tourism Management*, 55, 37–48. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.009>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hariansyah, O. (2018). Pengaruh Nature Experience Terhadap Revisit Intention di Taman Nasional Gunung Ciremai, 1–8.
- Hariansyah, O., Yuniawati, Y., & Ridwanudin, O. (2019). The Impact of Nature Experience Towards Revisit Intention, 259(Isot 2018), 379–383. <https://doi.org/10.2991/isot-18.2019.84>
- Hern, L., Callarisa-fiol, L. J., & Pastor-dur, T. (2019). The Importance of Sustainability in the Loyalty to a Tourist Destination through the Management of Expectations and Experiences, 1–23.
- Huang, S., & Hsu, C. H. C. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of Travel Research*, 48(1), 29–44. <https://doi.org/10.1177/0047287508328793>

- Hung, W. L., Lee, Y. J., & Huang, P. H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763–770. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.877422>
- Jung, N. Y., Kim, S., & Kim, S. (2014). Influence of consumer attitude toward online brand community on revisit intention and brand trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 581–589. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.04.002>
- Lin, C. (2014). EFFECTS OF CUISINE EXPERIENCE , PSYCHOLOGICAL WELL-BEING , AND SELF-HEALTH PERCEPTION ON THE REVISIT INTENTION OF HOT SPRINGS TOURISTS, 38(2), 243–265. <https://doi.org/10.1177/1096348012451460>
- Lin, C. H., & Kuo, B. Z. L. (2016). The Behavioral Consequences of Tourist Experience. *Tourism Management Perspectives*, 18, 84–91. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.017>
- Lynch, P., Foley, A., & Murray, N. (2010). Understanding the Tourist Experience Concept. *Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference*, 1–26.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. S. (2013). *Marketing Research : An Applied Approach*.
- Marinkovic, V., Senic, V., Ivkov, D., Dimitrovski, D., & Bjelic, M. (2014). The antecedents of satisfaction and revisit intentions for full-service restaurants. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), 311–327. <https://doi.org/10.1108/02634501011078138>
- Maysela, B. (2019). Pengaruh Tourist Experience Terhadap Revisit Intention. Of, E., Image, D., Quality, P., Value, P., Satisfaction, T. O., Intention, R., ... Bali, B. (2017). *Journal of Economics & Business*, (April).
- Park, S., & Santos, C. A. (2017). Exploring the Tourist Experience: A Sequential Approach. *Journal of Travel Research*, 56(1), 16–27. <https://doi.org/10.1177/0047287515624017>
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297–305. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00130-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4)
- Quintal, V. a., & Polczynski, A. (2010). Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(10), 554–578. <https://doi.org/10.1108/13555851011090565>
- Rageh, A., Melewar, T. C., & Woodside, A. (2013). Using netnography research method to reveal the underlying dimensions of the customer/tourist experience. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(2), 126–149. <https://doi.org/10.1108/13522751311317558>
- Rahman, N. A. W. A., Kim, S., & Brown, S. (2014). *Constructing and Shaping Tourist Experiences Via Travel Blog Engagement. Tourists? Perceptions and Assessments* (Vol. 8). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1871-317320140000008007>
- 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.
- Ridwanudin, O., Yuniawati, Y., & Pancawati, D. (2019). Factor Analysis of Tourist Experience in Active Sport Tourism, 259(Isot 2018), 375–378. <https://doi.org/10.2991/isot-18.2019.83>
- Santika, M. R. (2019). Pengaruh Tourist Experience dan Environmental Quality Terhadap Revisit Intention.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*.
- Svatosova, V. (2013). Motivation of Online Buyer Behavior. *Journal of Competitiveness*, 5(3), 14–30. <https://doi.org/10.7441/joc.2013.03.02>
- Szmigin, I., & Piacentini, M. (2015). *Consumer Behaviour. Consumer Behaviour*.

<https://doi.org/10.4324/9781315890005>

- Tan, W. K. (2016). Repeat visitation: A study from the perspective of leisure constraint, tourist experience, destination images, and experiential familiarity. *Journal of Destination Marketing and Management*, (2013), 1–10.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.003>
- Tan, W. K. (2017). The relationship between smartphone usage, tourist experience and trip satisfaction in the context of a nature-based destination. *Telematics and Informatics*, 34(2), 614–627. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.10.004>
- Timur, B. (2018). Service Quality, Destination Image And Revisit Intention Relationships At Thermal Tourism Businesses. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 1(1), 38–48.
- Tung, V., & Ritchie, J. R. B. (2016). Exploring the Essence of Memorable Tourism Experiences, (August). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- Um, S., Chon, K., & Ro, Y. H. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1141–1158. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.003>
- Wang, W., Chen, J. S., Fan, L., & Lu, J. (2012). Tourist experience and Wetland parks: A case of Zhejiang, China. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1763–1778.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.029>
- Wu, H.-C., Ai, C.-H., Yang, L.-J., & Li, T. (2015). A Study of Revisit Intentions, Customer Satisfaction, Corporate Image, Emotions and Service Quality in the Hot Spring Industry. *Journal of China Tourism Research*, 11(4), 371–401.
<https://doi.org/10.1080/19388160.2015.1110545>
- Wu, H. (2014). *A Study of Experiential Quality , Experiential Value , Experiential Satisfaction , Theme Park Image , and Revisit Intention* (Vol. XX).
<https://doi.org/10.1177/1096348014563396>
- Zhang, Hao, Cho, T., Wang, H., & Ge, Q. (2018). The influence of cross-cultural awareness and tourist experience on authenticity, tourist satisfaction and acculturation in World Cultural Heritage Sites of Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/su10040927>
- Zhang, Hongmei, Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8(June), 326–336. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>
- Zhou, Y., & Jiang, J. (2011). The Impact of Customer-Based Brand Equity on Revisit Intentions: An Empirical Study of Business and Leisure Travelers at Five Shanghai Budget Hotels. *Research Journal of International Studies*, 22(22), 110–119.

Lembaga:

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Jepara, Jawa Tengah
2. Balai Taman Nasional Karimunjawa

