

Peran *Memorable Tourism Experience* Terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Prabu Geusan Ulun

Mariyana Kusuma Fauziyyah¹, Gilang Pratama Putra², Tedi Supriyadi³

Program Studi Industri Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia

anakusumafauziyyah12@upi.edu¹, gilang.p.putra@upi.edu²,

tedisupriyadi@upi.edu³

ABSTRACT

Prabu Geusan Ulun Museum is an educational tourism that can provide cultural information and a place to store historical heirlooms, despite having low number tourist visits. To increase the number of tourist visits, it is necessary to understand what visitors need in increasing the existence of Prabu Geusan Ulun Museum. Memorable tourism experience is an important agenda in the purpose of this research, considering that tourism is basically based on experience that has an influence on determining tourist satisfaction. Tourist satisfaction is felt when the expectations of tourists are met. The methods used in this research was quantitative method with survey as the research design. Questionnaires were used to collect data from 100 respondents using non-probability sampling technique and descriptive data analysis. The finding showed that there was a significant influence of memorable tourism experience (X) on tourist satisfaction (Y) with a value of $0,001 < 0,05$. The result of the hypothesis test of $t^{count} > t^{table}$ was $14.705 > 1.984$, therefore H_a was accepted. The findings of this research may help create a marketing strategy for Prabu Geusan Ulun Museum by using memorable tourism experience dimension which will later increase the number of tourist visits to Prabu Geusan Ulun Museum.

Keywords: *memorable tourism experience, tourist satisfaction.*

ABSTRAK

Museum Prabu Geusan ulun menjadi wisata edukasi yang dapat meberikan informasi budaya dan tempat tersimpannya benda-benda pusaka yang bersejarah, namun masih rendah akan jumlah kunjungan wisatawan. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan maka dibutuhkan mengenai pemahaman apa yang diinginkan oleh pengunjung dalam meningkatkan eksistensi keberadaan Museum Prabu Geusan Ulun. *Memorable tourism experience* menjadi agenda penting dalam tujuan penelitian ini mengingat bahwa pariwisata pada dasarnya berbasis dengan sebuah pengalaman yang memiliki pengaruh dalam menentukan kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan dirasakan ketika harapan wisatawan yang dirasakan dan dialaminya sesuai dengan ekspetasi wisatawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan survei sebagai desain penelitian. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari 100 responden dengan menggunakan teknik sampling non-probabilitas dan analisis data deskriptif. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan peran *memorable tourism experience* (X) terhadap kepuasan wisatawan (Y) dengan nilai nilai $,001 < 0,05$. Hasil uji hipotesis $t^{hitung} > t^{tabel}$, $14,705 > 1,984$ maka dari itu H_a diterima Temuan penelitian ini dapat membantu menciptakan strategi pemasaran Museum Prabu Geusan Ulun dengan menggunakan dimensi *memorable tourism experience* yang nantinya akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Museum Prabu Geusan Ulun.

Kata kunci: *memorable tourism experince, kepuasan wisatawan*

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia sangat dipengaruhi oleh industri pariwisata dimana juga merupakan penyumbang devisa utama. Aktivitas pariwisata akan meningkat ketika orang memiliki waktu luang yang lebih baik dan mendapatkan lebih banyak uang (Moliner-tena et al., (2021). Pengalaman adalah bagian penting dari industri pariwisata. Alasannya, bahwa melakukan kegiatan rekreasi akan membantu seseorang menjadi lebih kreatif, melepas penat dari rutinitas rutin, mendapatkan lebih banyak pengalaman baru, berbagi pengalaman dengan teman dan keluarga untuk mencapai kepuasan diri (Akhshik, Rezapouraghdam, et al., 2023a). Para wisatawan memiliki kemampuan untuk meninggalkan ingatan yang abadi dan pengalaman yang luar biasa.

Saat ini, tren pariwisata adalah memberikan pengalaman langsung kepada wisatawan. Namun, masalah besar bagi sektor pariwisata adalah rendahnya keinginan untuk berkunjung karena disebabkan oleh pengalaman yang tidak memuaskan sebagaimana dirasakan wisatawan ketika mendatangi destinasi yang pada gilirannya memberikan kesan buruk kepada calon wisatawan lain (Yustika Rizka, (2021). Pengalaman wisatawan tentu terkait dengan kepuasan mereka dan keinginan mereka untuk berkunjung kembali. Namun, tidak semua pengalaman dapat mempengaruhi bagaimana wisatawan bertindak setelah perjalanan (Sthapit et al., (2023). Pengalaman yang berkesan dan tak terlupakan yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan mereka di masa depan. (Wakjira, 2024).

Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, penting untuk memahami kualitas tempat wisata atau destinasi dan bagaimana hal itu berdampak pada perilaku wisatawan setelah kunjungan. Suatu hal terpenting yang dapat dikenang saat mengunjungi suatu tempat adalah menciptakan kenangan perjalanan yang paling berkesan (Wakjira, 2024). Memori memainkan peran penting yang mempengaruhi perilaku dan kenangan yang diciptakan oleh pengalaman tersimpan dalam ingatan manusia. Kepariwisata bergantung pada objek dan elemen destinasi, tanpa unsur-unsur ini pengembangan kepariwisataan akan sulit. Wisatawan biasanya melihat tempat wisata berdasarkan berbagai faktor yang mempengaruhi aktivitas pariwisata. (Lee & Lee, 2021).

Table 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Sumedang

No	Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara	Total
1	2017	432.224	345	432.569
2	2018	498.081	391	498.472
3	2019	810.790	4.148	814.938
4	2020	877.930	3.892	881.822
5	2021	644.208	3.796	648.004
6	2022	1.282.543	11.410	1.293.953

7	2023	1.738.505	15.550	1.754.055
---	------	-----------	--------	-----------

Sumber: Data Kunjungan Wisatawan di Disparbudpora Sumedang 2024

Pengunjung menjadi salah satu elemen penting bagi suatu destinasi. Salah satu tempat di Indonesia yang sudah terkenal dan menarik untuk dikunjungi yaitu Kota Sumedang. Berdasarkan tabel 1 total kunjungan wisatawan meningkat setiap tahunnya, namun terdapat penurunan di tahun 2021 akibat wabah Covid-19. Berbagai upaya pemerintah Kabupaten Sumedang dilakukan untuk meningkatkan kembali kunjungan wisatawan dengan program kebiasaan baru di tahun 2021 dan penerapan sertifikasi CHSE di setiap objek wisata di Sumedang. Tahun 2022 upaya pemerintah mulai menampakkan hasil dengan terus meningkatnya jumlah kunjungan hingga mencapai 1.754.055 di tahun 2023.

Kabupaten Sumedang merupakan kabupaten di bagian timur Jawa Barat, Kawasan dimana mempunyai luas 155.871,98 hektar dan berpenduduk 1,1 juta jiwa ini memiliki sumber daya alam yang menjanjikan, udara yang segar, kekayaan budaya yang beragam dan memiliki nilai heritage menjadi potensi untuk mengembangkan pariwisata sebagai industri unggulan. Kabupaten Sumedang memiliki potensi besar menjadi daerah pariwisata terlihat dari adanya 1 juta lebih wisatawan yang berkunjung. Sumedang dikenal dengan sebutan "*Puseur Budaya Sunda*". Sumedang selaku daerah kebudayaan sunda, mempunyai tradisi kuat didalam melestarikan upacara-upacara adat kesundaan. Kekuatan sejarah dan keterpaduannya nilai-nilai islam dijadikan sebagai modal secara kuat untuk budaya Sumedang. Selain itu, beberapa desa di kecamatan, hamper bisa dipastikan mempunyai tradisi upacara adat atau kesenian khasnya yang kaya akan potensi wisata. Sumedang memiliki destinasi wisata yang tidak hanya mencangkup wisata alam, tetapi juga wisata minat khusus, dan wisata edukasi atau sejarah. Meski begitu, industri pariwisata dan promosi pariwisata masih menghadapi masalah yang kurang optimal.

Namun, penelitian ini akan berfokus pada Museum Prabu Geusan Ulun selaku destinasi wisata. Museum Prabu Geusan Ulun adalah wisata edukasi dan tempat pemugaran serta pemeliharaan benda-benda pusaka dimana merupakan peninggalan dari Kerajaan Sumedanglarang. Museum ini berlokasi di pusat kota tepatnya, Jl.Prabu Geusan Ulun, Kec Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang. Sementara itu, melihat dari potensinya, Museum Prabu Geusan Ulun memiliki nilai kompetitif tinggi selaku wisata budaya dimana koleksi barang-barang peninggalannya tidak dapat ditemukan di tempat lain seperti mahkota binokasih. (Gantina et al., 2021). Museum tersebut telah ada sejak lama, dibangun tahun 1950, tetapi banyak wisatawan masih kurang berminat mendatangi museum ini. Adapun jumlah kunjungan wisatawan domestik ke Museum Prabu Geusan Ulun disajikan didalam tabel 1.2 seperti dibawah.

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Museum Prabu Geusan Ulun

No	Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara	Total
1	2017	9.001	19	9.020
2	2018	7.022	52	7.074
3	2019	5.116	19	5.135
4	2020	2.746	5	2.751
5	2021	1.801	1	1.802
6	2022	4.902	23	4.925
7	2023	5.746	28	5.774

Sumber: Data Kunjungan Wisatawan di Museum Prabu Geusan Ulun, 2024

Dilihat dari tabel 2 data kunjungan diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Sumedang, kunjungan ke Museum Prabu Geusan Ulun mengalami penurunan. Pada tahun 2019, kunjungan ke Museum Prabu Geusan Ulun sebanyak 5.135, sedangkan kunjungan pada tahun 2020 sebanyak 2.751. Artinya, dari tahun 2019 ke tahun 2020 terjadi penurunan sebanyak 2.384 kunjungan. Selanjutnya jumlah kunjungan pada tahun 2021 sebanyak 1,802 yang berarti dari tahun 2020 hingga tahun 2021 Museum Prabu Geusan Ulun mengalami penurunan 582 kunjungan. Rendahnya jumlah kunjungan, wisatawan yang telah mengunjungi Museum Prabu Geusan Ulun dan melakukan beberapa ulasan pada google review yang menjadi dasar peneliti untuk memunculkan masalah yang akan diteliti karena terdapat beberapa wisatawan yang merasa memiliki pengalaman buruk yang menjadikan ketidakpuasan.

Pengalaman wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata dapat mempengaruhi minat mereka berkunjung kembali atau merekomendasikannya kepada orang lain. Untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan eksistensi keberadaan Museum Prabu Geusan Ulun, diperlukan pemahaman terkait apa yang dikehendaki wisatawan ketika mendatangi museum. Wisatawan puas dengan tingkat perasaan mereka setelah membandingkan hasil dengan harapan mereka. Kepuasan wisatawan diukur berdasarkan apa yang diharapkan pengunjung sebelum mengunjungi destinasi (Sukmamedian et al., 2020). Jika tingkat kepuasan tinggi menunjukkan bahwa pengelolaan destinasi wisata dapat dikatakan berhasil. Perasaan seseorang muncul akibat merasa puas atau kecewa ketika persepsi atau kesan ketika berkunjung berbanding kebalik dengan harapan yang dibayangkan (Pebriani et al., 2023).

Pada dasarnya, tujuan utama dalam melaksanakan wisata untuk mendapatkan pengalaman yang melibatkan elemen seperti menikmati, merasakan, belajar dan mencoba sesuatu yang berbeda dari rutinitas sehari-hari. Hasil penelitian Rasoolimanesh et al., (2021) mengungkapkan bahwa di pasar pariwisata modern, memahami dan meningkatkan ingatan akan kenangan positif wisatawan dianggap sebagai keunggulan kompetitif, dimana *memorable tourism experience* sebagai skala penting yang banyak digunakan untuk mengukur pengalaman pengunjung. Berbeda dengan hasil penelitian Strijbosch et al., (2021) bahwa emosi sangat penting sebagai

indikator dari pengalaman pariwisata karena emosi membuat pengalaman lebih berkesan dan bernilai.

Wisatawan dapat mengukur kepuasan mereka dengan melihat respon emosional terhadap pengalaman layanan atau perbedaan antara ekspektasi mereka sebelum dan setelah perjalanan Nguyen Viet et al., (2020). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Kankhuni & Ngwira, (2022) dengan menggunakan 221 wisatawan sebagai responden yang berkinjung ke destinasi afrika mengunggah pengalaman mereka di instagram. Menurutnya terdapat empat dimensi MTE yaitu afek, ekspektasi, konsekuensialitas dan ingatan. Hasil dari penelitian ini Sebagian besar destinasi alam di Afrika relative asing bagi banyak wisatawan yang berarti bahwa berpergian di Afrika dapat memicu peningkatan MTE. Penelitian yang dilakukan Sthapit et al., (2023) memanfaatkan skala memorable tourism experience mempengaruhi pengalaman wisata kebugaran dengan adanya interaksi secara aktif di destinasi wisata. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi jumlah kebaruan, pengalaman penciptaan bersama, penyegaran, keterlibatan maka akan semakin kuat daya ingat pengalaman tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan Hidayati et al., (2022) pengalaman wisata yang tak terlupakan mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan muda. Sebagian besar responden merasa puas dan merasa destinasi memenuhi harapan wisatawan tentang pelayanan yang baik, atraksi budaya yang unik dan mereka merekomendasikan destinasi yang telah dikunjungi. Wisatawan biasanya melakukan perjalanan wisata dengan mengutamakan pengalaman (*experience*), hal ini sesuai bahwa kondisi harus diciptakan agar pariwisata berkembang menjadi pengalaman yang mengesankan. Pengalaman wisata yang dapat diingat adalah predictor terbaik dan yang paling berpengaruh untuk menentukan minat pengunjung. Kepuasan akan menjadi evaluasi subjektif yang dibuat setelah konsumsi secara keseluruhan yang didasarkan pada pengalaman wisatawan secara keseluruhan (Shen et al., 2021).

Oleh karena itu usaha menjadikan Museum Prabu Geusan Ulun selaku daya tarik wisata memang butuh dilaksanakan dengan menggunakan dimensi memorable tourism experience dalam menarik minat berkunjung. Berbeda dengan studi sebelumnya, penelitian ini terfokus kepada permasalahan dilapangan dan lokasi penelitian yang dimana apakah dimensi memorable tourism experience mempunyai peran dimana dapat berkontribusi kepada pengembangan daya tarik Museum Prabu Geusan Ulun dalam meningkatkan jumlah kunjungan dan kepuasan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian sebagaimana dipergunakan didalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif asosiatif. Kuantitatif mencakup serangkaian penelitian sistematis terhadap fenomena melalui pengumpulan data, dimana kemudian ditaksir melalui penggunaan teknik statistik matematika ataupun komputasi (Sari et al., 2022). Analisis data kuantitatif ialah teknik komputasi serta statistik dimana difokuskan kepada analisis kumpulan data secara numerik, statistik, atau matematik.

Oleh karena itu, mempergunakan metode ini dalam penelitian kuantitatif membutuhkan kepastian bahwa data bisa ditaksir ataupun dihitung (Suluh & Bitu, 2021)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dipergunakan setelah diperoleh, informasi melalui teknik pemrosesan data. Fokus analisis data studi ini adalah guna menyelesaikan setiap masalah sebagaimana ditimbulkan dari rumusan masalah. Setelah data dari setiap peserta telah dikumpulkan, analisis data dilakukan. Analisis mencakup mengerjakan perhitungan guna menjawab rumusan masalah, menguji hipotesis sebagaimana diajukan, mengelompokkan data berlandaskan jenis serta variabel responden, tabulasi data berlandaskan variabel semua peserta, dan menyajikan data terhadap tiap-tiap variabel sebagaimana diteliti. Sesudah seluruh data dikumpulkan didalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan. Penelitian ini dikerjakan melalui penggunaan statistik menggunakan Microsoft excel serta SPSS versi 29 untuk mengolah data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Memorable Tourism Experiences terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Prabu Geusan Ulun

Dalam penelitian ini, *memorable tourism experience* menjadi fokus penelitian. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai *memorable tourism experience* melalui analisis deskriptif mendapatkan hasil bahwa pernyataan yang mewakili dimensi *memorable tourism experience* di Museum Prabu Geusan Ulun berada dengan nilai rata-rata 3,41 dikategorikan (tinggi). Hal ini mencakup beberapa aspek dimensi pengalaman wisata di Museum Prabu Geusan Ulun sesuai dengan 7 dimensi yang digunakan. Dimensi *hedonism*, dalam dimensi ini wisatawan merasakan adanya bentuk kesenangan atau pemuasan diri atas konsumsi ketika berkunjung ke museum. Dimensi *novelty*, dimana wisatawan menyetujui bahwa terdapat perasaan baru atau adanya pengalaman baru yang memiliki nilai sejarah tinggi ketika berkunjung ke Museum Prabu Geusan Ulun, terlebih Museum Prabu Geusan Ulun termasuk kedalam museum sebagaimana masih banyak melekatkan unsur asli tradisional dan nilai sejarahnya yang melekat dengan keraton Sumedanglarang.

Dimensi *local culture* dapat dirasakan wisatawan adanya interaksi yang ditawarkan oleh guide museum seperti mempelajari bagaimana atraksi wisata memainkan alat musik gamelan maupun tarian kesumedangan ditawarkan di setiap hari minggu. Dimensi *refreshment* didapatkan wisatawan untuk meningkatkan memori pengalaman wisata yang mengesankan ketika berkunjung, lingkungan yang masih asri dan sejuk membuat wisatawan merasakan udara segar ketika berada di lingkungan Museum Prabu Geusan Ulun. Dimensi *meaningfulness* dan *involvement* memberikan sebuah kesempatan kepada wisatawan yang berkunjung ke Museum Prabu Geusan Ulun untuk berpartisipasi dan terlibat dengan setiap event-event budaya yang diselenggarakan di museum seperti ngumbah pusaka, kirab mahkota

binokasih, pameran museum dan lainnya yang diselenggarakan setiap tahun di Museum Prabu Geusan Ulun. *Knowledge* menjadi kunci utama ketika berkunjung karena museum terkenal dengan wisata edukasi sehingga motivasi terlebih ingin melihat koleksi juga pengetahuan baru sebagaimana diperolehkannya serta tidaklah bisa ditemukan pada museum manapun. Guide Museum Prabu Geusan Ulun memiliki interaksi yang informatif dan jelas sehingga memudahkan wisatawan memahami setiap pengetahuan benda-benda pusaka di museum.

Peranan *memorable tourism experience* di Museum Prabu Geusan Ulun memengaruhi evaluasi dan sikap positif dari apa yang diperoleh wisatawan ketika berkunjung. Berdasarkan hasil analisis nilai rata-rata yang didapatkan 3,39 dalam kategori dikatakan (cukup). Hal tersebut memperlihatkan bahwasannya diperlukan perhatian khusus sebagaimana dijalankan pihak pengelola museum untuk meningkatkan kualitas produk wisata dimulai dari daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, unsur lingkungan, harga dan pelayanan yang baik. Wisatawan akan melakukan kunjungan ulang karena mereka merasa puas bahwa kesesuaian harapan wisata baik itu produk yang diperoleh, pelayanan yang diberikan, fasilitas yang didapatkan sesuai dengan apa yang diharapkan. Wisatawan akan melakukan kunjungan ulang hasil dari rekomendasi yang disarankan oleh wisatawan yang pernah berkunjung ke museum dalam waktu dekat, adanya rasa penasaran untuk mencari hal baru ketika berkunjung menjadikan wisatawan merasa puas dan akan menyerankan kepada teman, kerabat, keluarga, bahkan media sosial tentang nilai dan manfaat ketika berkunjung ke museum. Namun, Museum Prabu Geusan Ulun belum dapat dikatakan museum dengan semi modern karena unsur teknologi belum dapat terealisasi sehingga perlu adanya perhatian khusus lagi terkait baik itu promosi maupun pembayaran yang dapat dilakukan secara digital.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilaksanakan, ditemukan bahwa *memorable tourism experience* mempunyai dampak secara signifikan kepada kepuasan wisatawan. Temuan tersebut terkait nilai t hitung memiliki nilai $,001 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji hipotesis $t^{hitung} > t^{tabel}$, $14,705 > 1,984$ maka dari itu H_a diterima dan H_o ditolak berarti terdapat pengaruh dalam penelitian ini. Hal ini menyatakan bahwa pengalaman yang berkesan dapat memengaruhi kepuasan wisatawan, wisatawan dengan perasaan puas tentu akan melaksanakan kunjungan ulang serta ketersediaan merekomendasikan terhadap orang lain. Berdasarkan nilai output didapat koefisien determinasi (R square) yakni 0,688 sehingga hal tersebut mengidentifikasi bahwa model regresi yang digunakan variable X (*memorable tourism experience*) terhadap variable Y (kepuasan wisatawan) adalah sebesar 68,5% hal ini menandakan bahwa sebagian besar variasi kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh faktor *memorable tourism experience*.

Ketika *memorable tourism experience* memiliki nilai positif, maka cenderung akan meningkatkan nilai kepuasan wisatawan. Ketika seseorang memiliki pengalaman yang berkesan akan meningkatkan keinginan seseorang untuk mengulanginya di waktu yang akan datang. Pengalaman yang berkesan menciptakan memori yang kuat dalam pikiran, emosi kegembiraan dan kepuasan yang positif

didapatkan. Penelitian ini memperkuat teori terdahulu bahwa peranan *memorable tourism experience* memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

KESIMPULAN

Berlandaskan perolehan studi, ditemukan bahwa tanggapan responden menggunakan analisis deskriptif terhadap Museum Prabu Geusan Ulun dengan hasil rata-rata 3,41 dikategorikan (tinggi) untuk *memorable tourism experience* dan kepuasan wisatawan dengan rata-rata 3.39 dalam kategori dikatakan (cukup). Secara umum temuan menunjukkan peranan dimensi diterima secara baik oleh wisatawan dengan adanya evaluasi positif kepada indikator dimana mewakili pengalaman di Museum Prabu Geusan Ulun.

Berdasarkan hasil uji hipotesis $t^{hitung} > t^{tabel}$, $14,705 > 1,984$ maka dari itu H_0 diterima dan H_0 ditolak berarti terdapat pengaruh dalam penelitian ini. Kemudian nilai signifikansi peran *memorable tourism experience* (X) terhadap kepuasan wisatawan (Y) adalah memiliki nilai $,001 < 0,05$ maknanya ditemukan dampak *memorable tourism experience* terhadap kepuasan wisatawan dengan signifikan. Oleh karena itu hipotesis H_0 dapat diterima serta H_a ditolak

Berlandaskan perolehan studi bisa ditemukan bahwasannya peranan *memorable tourism experience* kepada kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan. Wisatawan akan merasa puas ketika peranan *memorable tourism experience* dapat dirasakan oleh wisatawan yang berkunjung. Penelitian ini memainkan peran penting bagi pengembangan dan berdampak positif Museum Prabu Geusan Ulun mencapai tujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke museum.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhshik, A., Rezapouraghdam, H., Ozturen, A., & Ramkissoon, H. (2023a). Memorable tourism experiences and critical outcomes among nature-based visitors: a fuzzy-set qualitative comparative analysis approach. *Current Issues in Tourism*, 26(18), 2981–3003. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2106196>
- Akhshik, A., Tusznio, J., & Strzelecka, M. (2023). Equifinal paths to megafauna conservation through memorable wildlife tourism experiences: evidence from the restitution of the European bison (*Bison bonasus*) in Poland. *Current Issues in Tourism*, 26(18), 3064–3084. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2111298>
- Amin Fadilah, Garancang Sabaruddin, & Abunawas Kamaluddin. (2023). konsep umum populasi dan sampel. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14.
- Aprilia, C., Yusra, Y., & Ismail, I. R. (2022). Measuring Tsunami Museum Visitor Satisfaction: An Importance Performance Map Analysis. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2020398>

- Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2020). Tourist satisfaction-loyalty Nexus in Tigray, Ethiopia: Implication for sustainable tourism development. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1836750>
- Ayuningsing Asti. (2023). Studi Komparasi Memorable Tourism Experience (MTE) anantara Mahasiswa Asing dengan Mahasiswa Indonesia.
- Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah Kuantitatif beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data dan Outputnya.
- Bauer, G. R., Churchill, S. M., Mahendran, M., Walwyn, C., Lizotte, D., & Villa-Rueda, A. (2021). Intersectionality in quantitative research: A systematic review of its emergence and applications of theory and methods. *SSM - Population Health*, 14. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2021.100798>
- Braimah, S. M., Solomon, E. N. A., & Hinson, R. E. (2024). Tourists satisfaction in destination selection determinants and revisit intentions; perspectives from Ghana. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2318864>
- Cajiao, D., Larson, L., Leung, Y. F., & Reas, J. (2023). Making memories that matter: how do different recollections of an Antarctic tourism experience impact future conservation behavior? *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2272224>
- Carvache-Franco, M., Hassan, T., Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2024). Motivations and satisfaction of sports tourists during the FIFA world cup in Qatar 2022. *Heliyon*, 10(5). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e26682>
- Cassel, E., Jacobs, B., Graham, M., Elsa Cassel, -Ms, Jacobs, -Dr BM, & Graham, -Prof M. (2021). Effects of The Four Ralms of Experience and Pleasurable Experiences on Consumer Intention to Patronise Pop-Up Stores. *Journal of Consumer Sciences*, 49, 2021.
- Febriana Nugraheni, V., & Made Bayu Dirgantara, I. (2023). Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Analisis Pengaruh Pengalaman Wisata yang Berkesan (Memorable Tourism Experience) terhadap Destination Loyalty.
- Fowler, E. E., Berglund, A., Schell, M. J., Sellers, T. A., Eschrich, S., & Heine, J. (2020). Empirically-derived synthetic populations to mitigate small sample sizes. *Journal of Biomedical Informatics*, 105. <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2020.103408>
- Gantina, D., Budiman, S. F., Nurbaeti, N., & Gunawijaya, J. (2021). Museum Prabu Geusan Ulun Kabupaten Sumedang Sebagai Daya Tarik Wisata Kabupaten

Sumedang. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 26(3), 233.
<https://doi.org/10.30647/jip.v26i3.1583>

Guan, A., Thomas, M., Vittinghoff, E., Bowleg, L., Mangurian, C., & Wesson, P. (2021). An investigation of quantitative methods for assessing intersectionality in health research: A systematic review. In *SSM - Population Health* (Vol. 16). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2021.100977>

Haris Sinaga, A., Helmi Situmorang, S., Karina Fawzee Sembiring, B., Ilmu Manajemen, M., & dan Bisnis, E. (2024a). Memorable Tourism Experiences in Tourism: A Literature Review (Vol. 4, Issue 2).

Hidayat, M. A., Murwonugroho, W., Waspada, A. E. B., Ramli, H., & Ischak, M. (2024). Study of Memorable Tourism Experience (MTE) through the Virtual Tour of the Indonesian National Museum (pp. 447–455). https://doi.org/10.2991/978-2-38476-273-6_49

Hidayati, V. A., Handayani, B., & Saufi, A. (2022). Pengaruh Value Co Creation dan Destination Image terhadap Kepuasan Wisatawan Muda dengan Memorable Tourist Experience sebagai Variabel Intervering pada Destinasi Halal di Pulau Lombok. *Empiricism Journal*, 3(2), 371–385. <https://doi.org/10.36312/ej.v3i2.1089>

Htet, A. T. (2024). The Roles of Memorable Tourism Experience In Understanding Revisit Intentions. In *Journal of Tourism and Sports Management (JTSM)* (Vol. 6, Issue 2).

Ina Hasanah, R., Manajemen, M., & Sultan Ageng Tirtayasa, U. (2024). YUME : Journal of Management Destination Image dan Memorable Tourism Experience dalam Revisit Intention Generasi Millenial dan Gen Z (Studi pada Wisata Banten Lama). In *Journal of Management* (Vol. 7, Issue 2). www.excitingbanten.id,

Jennifer Kim Lian Chan. (2021). Conceptualization of ecotourism service experiences framework from the dimensions of motivation and quality of experiences.

Kankhuni, Z., & Ngwira, C. (2022). Overland tourists' natural soundscape perceptions: influences on experience, satisfaction, and electronic word-of-mouth. *Tourism Recreation Research*, 47(5–6), 591–607. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1878653>

Kim, H., & Chen, J. S. (2021). Memorable travel experiences: recollection vs belief. *Tourism Recreation Research*, 46(1), 124–131. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1771653>

Kim, J. H., King, B. E. M., & Kim, S. (2022). Developing a slow city tourism evaluation index: a Delphi-AHP review of Cittaslow requirements. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 846–874. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1897130>

- Kim, Y., Ribeiro, M. A., & Li, G. (2022). Tourism memory, mood repair and behavioral intention. *Annals of Tourism Research*, 93. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103369>
- Kokkhangplu, A. (2024). A new generation behavior intention to visit tourism destinations in perspective of post-COVID-19. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2317461>
- Kutlu, D., & Ayyildiz, H. (2021a). The Role of the Destination Image in Creating Memorable Tourism Experience. *Journal of Tourism and Services*, 12(23), 199–216. <https://doi.org/10.29036/JOTS.V12I23.303>
- Lee, K. J., & Lee, S. Y. (2021). Cognitive appraisal theory, memorable tourism experiences, and family cohesion in rural travel. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 38(4), 399–412. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1921094>
- Lefiani, N., & Darmajaya, I. (2023). The Influence of Tourist Satisfaction and Memorable Tourism Experience on Interest in Revisiting to The “Puncak Mas.” <https://www.researchgate.net/publication/378311811>
- Liro, J. (2024). The interdependencies of religious tourists’ attributes and tourist satisfaction in the light of contemporary socio-cultural changes. In *Current Issues in Tourism* (Vol. 27, Issue 3, pp. 356–360). Routledge. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2214852>
- Maharaniputri, A., Pujiastuti, E. E., Soeprapto, A., & Id, E. C. (2021). Pengaruh Memorable Tourist Experience (MTE) Terhadap Affective Commitment Dan Behavior Storytelling. Januari 2021 *Journal of Tourism and Creativity*, 5(1).
- Miftahul Janna. (2020). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.
- Mikula, L. C., & Vogl, C. (2024). The expected sample allele frequencies from populations of changing size via orthogonal polynomials. *Theoretical Population Biology*, 157, 55–85. <https://doi.org/10.1016/j.tpb.2024.03.005>
- Moliner-tena, M. Á., Monferrer-tirado, D., Ferreres-bonfill, J. B., & Rodríguez-artola, R. M. (2021). Destination sustainability and memorable tourism experiences. *Sustainability (Switzerland)*, 13(21). <https://doi.org/10.3390/su132111996>
- Musyarofah, A., Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, S., & Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, I. (2021). Al-Mu’arrif: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab Validitas dan Reliabilitas dalam Analisis Butir Soal: Vol. I (Issue 1). <https://jurnal.lp2msasbabel.ac.id/index.php/AL-MUARRIB>
- Nguyen Huu, T., Nguyen Ngoc, H., Nguyen Dai, L., Nguyen Thi Thu, D., Truc, L. N., & Nguyen Trong, L. (2024). Effect of tourist satisfaction on revisit intention in

- Can Tho City, Vietnam. *Cogent Business and Management*, 11(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.232277>
- Nguyen Viet, B., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020a). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business and Management*, 7(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1796249>
- Nina Adlini, M., Hanifa Dinda, A., Yulinda, S., Chotimah, O., & Julia Merliyana, S. (2022). *Metode Penelitian Studi Pustaka* (Vol. 6, Issue 1).
- Nugraha, R. N., & Sukei, A. A. (2024). Strategi Manajemen Antrean Di Taman Mini Indonesia Indah Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2024(6), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10628263>
- Pebriani, P., Yuniati, N., Hendratono, T., & Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, S. (2023). Pengaruh Citra Destinasi, Nilai Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 2023.
- Pramuaji, K., & Loekmono, A. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian: Questionnaire Empathy. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.23887/XXXXXX-XX-0000-00>
- Purwanza Wahyu, Wardhana Aditya, Reny Renggo Yuniarti, Hudang Kabubu Adrianus, Darwin, Putri Sayekti Siskha, & Fadilah Maya. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*.
<https://www.researchgate.net/publication/363094958>
- Quang, T. D., Tran, N. M. P., Sthapit, E., & Garrod, B. (2024). Exploring Guests' Satisfaction and Dissatisfaction with Homestay Experiences: A Netnographic Study of a Rural Tourism Destination in Vietnam. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*.
<https://doi.org/10.1080/15256480.2024.2350005>
- Rahayu, D., Suripto, P., Ernawadi, Y., Ekonomi, F., Bisnis, D., Jenderal, U., Yani, A., Terusan, J., Sudirman, J., Cimahi, K., & Barat, J. (2024). City Image and Memorable Tourism Experience as an Antecedent of Intention to Review (Study of Heritage Tourism Tourist In Bandung City). www.indonesia.go.id
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021a). Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing and Management*, 21.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100621>
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Rather, R. A., & Hall, C. M. (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. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2021-0086>

Rida, O. :, Noer, N., Rachmawati, I., & Basori, Y. F. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Billing Manajemen di PT. Haleyora Power ULP Sukabumi Kota (Vol. 7, Issue 2). Bulan Agustus Tahun.

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan), 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>

Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>

Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. Journal of Heritage Tourism, 15(3), 341–357. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>

Shen, Y., Kokkranikal, J., Christensen, C. P., & Morrison, A. M. (2021). Perceived importance of and satisfaction with marina attributes in sailing tourism experiences: A kano model approach. Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 35. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100402>

Sthapit, E., Björk, P., & Coudounaris, D. N. (2023a). Towards a better understanding of memorable wellness tourism experience. International Journal of Spa and Wellness, 6(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/24721735.2022.2136120>

Sthapit, E., Björk, P., Coudounaris, D. N., & Jiménez-Barreto, J. (2024). Memorable Halal Tourism Experience and Its Effects on Place Attachment. International Journal of Hospitality and Tourism Administration, 25(3), 575–601. <https://doi.org/10.1080/15256480.2022.2135666>

Sthapit, E., Garrod, B., Coudounaris, D. N., Björk, P., Erul, E., & Song, H. (2023). Antecedents and outcomes of memorable wildlife tourism experiences. Journal of Ecotourism. <https://doi.org/10.1080/14724049.2023.2272063>

Strijbosch, W., Mitas, O., van Blaricum, T., Vugts, O., Govers, C., Hover, M., Gelissen, J., & Bastiaansen, M. (2021a). When the parts of the sum are greater than the whole: Assessing the peak-and-end-theory for a heterogeneous, multi-episodic tourism experience. Journal of Destination Marketing and Management, 20. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100607>

Štumpf, P., Vojtko, V., McGrath, R., Rašovská, I., Ryglová, K., & Šácha, J. (2022). Destination satisfaction comparison excluding the weather effect. Current Issues in Tourism, 25(15), 2404–2421. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1968802>

- Subawa, N. S., Mimaki, E. A., Mimaki, C. A., Baykal, E., & Utami, M. S. M. (2023). Exploring the hidden potential of Bali's wellness tourism: Which factors encourage tourists to visit? *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2269722>
- Sukmamedian, H., Devisi Kamar, M., Batam, P., Lapotulo, N., & Divisi Kamar, M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap KepuasanPengunjung di Museum Nasional Jakarta.
- Suluh, M., & Bitu, Y. S. (2021). Peningkatan Keterampilan Analisis Data Deskriptif dan Inferensial melalui Pelatihan Microsoft Excel dan Aplikasi SPSS. <https://doi.org/10.29303/jpmppi.v3i2.934>
- Terasaki, S., Hara, T., & Ikegami, J. (2023). Mediating role of the country image in enhancing memorable experiences and revisits: an Analysis of U.S. tourists in Japan. *Tourism Recreation Research*. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2185733>
- Thipsingh, S., Srisathan, W. A., Wongsachia, S., Ketkaew, C., Naruetharadhol, P., & Hengboriboon, L. (2022). Social and sustainable determinants of the tourist satisfaction and temporal revisit intention: A case of Yogyakarta, Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2068269>
- Wakjira, G. G. (2024). The Roles of Memorable Tourism Experiences in Understanding Revisit. *International Journal of Digital Marketing Science*, 1(1), 24–33. <https://doi.org/10.54099/ijdms.v1i1.855>
- Wang, H., Zheng, H., Ji, Z., He, H., Tian, J., & He, X. (2024). Research on quantitative identification method for wire rope wire breakage damage signals based on multi-decomposition information fusion. *Journal of Safety and Sustainability*. <https://doi.org/10.1016/j.jsasus.2024.02.001>
- Yustika Rizka. (2021). Peran Memorable Tourism Experience terhadap Revisit Intention di Taman Mini Indonesia Indah.
- Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., Syafitri, R., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>