

MEMORABLE CULTURAL TOURIST EXPERIENCE
(MCTE) DALAM BERWISATA KE KOTA BANDUNG
PADA ERA *NEW NORMAL*

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Strata-1
Program Studi Industri Perjalanan Wisata
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh:

RATU DIKA KARTIKA

201721838

PROGRAM STUDI INDUSTRI PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2021

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

*MEMORABLE CULTURAL TOURIST EXPERIENCE (MCTE) DALAM
BERWISATA KE KOTA BANDUNG PADA ERA NEW NORMAL*

NAMA : RATU DIKA KARTIKA
NIM : 201721838
PROGRAM STUDI : INDUSTRI PERJALANAN WISATA

Pembimbing I



Ina Veronika Ginting, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198005152006052001

Pembimbing II



Endang Komesty Sinaga, MM.Par, CHE
NIP. 197411032008122001

Bandung, 1 Juli 2021

Mengetahui,
Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc.
NIP. 19710506 199803 1 001

SURAT PERNYATAAN

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : Ratu Dika Kartika
Tempat/Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 21 April 1999
NIM : 201721838
Program Studi : Industri Perjalanan Wisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/ Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
"Memorable Cultural Tourist Experience (MCTE) Dalam Berwisata Ke Kota Bandung Pada Era New Normal"
Ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian Saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/ Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang, dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/ Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang Saya nyatakan di atas atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan /atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 01 Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



METERAN
TEMPEL
507AJX22079815
Ratu Dika Kartika

NIM 201721838

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, dengan rahmat dan karunia-Nya Skripsi dengan judul *Memorable Cultural Tourist Experience (MCTE) Dalam Berwisata ke Kota Bandung Pada Era New Normal* dapat terselesaikan pada waktunya. Skripsi ini diajukan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi Program Strata-1 Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Jurusan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Peneliti mendapatkan banyak dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, MM.Par, CHE selaku Ketua Jurusan Perjalanan dan dosen pembimbing yang membimbing saya dalam penyusunan skripsi;
4. Bapak Singgih T. Wibowo, MP.Par. selaku Ketua Prodi Studi Industri Perjalanan;
5. Ibu Ina Veronika Ginting, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang membimbing saya dalam penyusunan skripsi;

6. Ibu Iqlima Ramadhani S.Par., MM.Par selaku dosen pengajar *Workshop Travel Industry* yang juga membantu dalam memberikan saran-saran bermanfaat selama pembuatan skripsi.;
7. Pak Dody, Bu Lida, dan Kak Dira selaku keluarga saya yang telah memberikan dukungan selama menempuh penyusunan skripsi ini;
8. Afifah, Aisyah, Mesya, Nabila A, Nabila T dan Winne yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini;
9. Rekan-rekan Studi Industri Perjalanan Angkatan 2017 yang selalu menemani selama hampir empat tahun ini serta memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini;
10. Serta pihak-pihak terkait yang telah membantu dan tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang terkait, dan saya menghargai apabila ada kritik dan saran yang membangun untuk penelitian ini.
Terima Kasih.

Bandung, 1 Juli 2021
Penulis

Ratu Dika Kartika

ABSTRACT

Culture-based thematic tourism is a new thing that can be developed. Tourism trends in the new normal era include focusing on health and changing tourism from quantity to quality based on culture. Experience becomes an important potential for tourists. This study aims to measure six indicators of Memorable Cultural Tourism Experience (MCTE), namely: prior perceived significance of the experience, authenticity, engagement, cultural exchange, culinary attraction, and the quality of service. It is hoped that tourists will not only travel but can also get unforgettable memories. The research uses descriptive quantitative methods. Respondents in this study have a special category, namely respondents who have visited the city of Bandung in the new normal era as many as 300 respondents. The findings show that the six elements have provided a good experience for tourists when visiting the city of Bandung, especially in the culinary attraction element, which has the highest score compared to the other six elements.

Key words: Travel Experience, Cultural Experience, Memorable Cultural Tourism Experience, New Normal.

ABSTRAK

Wisata tematik berbasis budaya menjadi hal baru yang dapat dikembangkan. Tren pariwisata di era *new normal* di antaranya fokus pada kesehatan serta perubahan wisata dari kuantitas ke kualitas berbasis budaya. Pengalaman menjadi potensi penting bagi wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur enam indikator *Memorable Cultural Tourism Experience* (MCTE) yaitu: *prior perceived significance of the experience, authenticity, engagement, cultural exchange, culinary attraction, dan the quality of service*. Maka diharapkan wisatawan tidak hanya sekedar berwisata saja namun juga dapat memperoleh kenangan yang tak terlupakan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini memiliki kategori khusus yaitu responden yang sudah berkunjung ke Kota Bandung pada era *new normal* sebanyak 300 responden. Data temuan menunjukkan bahwa keenam elemen sudah memberikan pengalaman yang baik kepada wisatawan ketika berkunjung ke Kota Bandung terutama pada elemen *culinary attraction* mendapatkan nilai tertinggi dibandingkan dengan keenam elemen lainnya.

Kata kunci: *Pengalaman Berwisata, Cultural Experience, Memorable Cultural Tourism Experience, New Normal.*

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii. |
| SURAT PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 15 |
| A. Latar Belakang Masalah | 15 |
| B. Rumusan Masalah | 19 |
| C. Tujuan Penelitian | 20 |
| D. Keterbatasan Penelitian | 21 |
| E. Manfaat Penelitian | 21 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 23 |
| A. Kajian Teori | 23 |
| 1. <i>Cultural Experience</i> | 23 |
| 2. <i>Travel Experience</i> | 24 |
| 3. <i>Memorable Tourist Experience</i> | 25 |
| 4. <i>Memorable Cultural Tourist Experience (MCTE)</i> | 27 |
| 5. <i>Tourist Behaviour</i> | 32 |
| 6. <i>Protokol Kesehatan Kota Bandung</i> | 34 |
| B. Penelitian Terdahulu | 36 |
| C. Kerangka Penelitian | 39 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 40 |
| A. Desain Penelitian | 40 |
| B. Objek Penelitian | 41 |
| C. Populasi dan Sampel | 43 |

| | |
|---|------------|
| 1. Populasi..... | 43 |
| 2. Sampel..... | 43 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 45 |
| 1. Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| 2. Alat Pengumpulan Data..... | 46 |
| 3. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 47 |
| a. Uji Validitas..... | 47 |
| b. Uji Reliabilitas..... | 48 |
| E. Definisi Operasional Variabel..... | 49 |
| F. Analisis Data | 54 |
| G. Jadwal Penelitian..... | 57 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 58 |
| A. Hasil Penelitian | 58 |
| B. Pembahasan..... | 92 |
| 1. Elemen <i>Prior Perceived Significance of The Experience</i> | 95 |
| 2. Elemen <i>Authenticity</i> | 96 |
| 3. Elemen <i>Engagement</i> | 98 |
| 4. Elemen <i>Culinary Attraction</i> | 99 |
| 5. Elemen <i>Cultural Exchange</i> | 101 |
| 6. Elemen <i>The Quality of Service</i> | 103 |
| BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN | 105 |
| A. Simpulan..... | 105 |
| B. Implikasi..... | 107 |
| C. Saran..... | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA | 113 |
| LAMPIRAN..... | 119 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----------|
| GAMBAR 1 KERANGKA PENELITIAN | 39 |
| GAMBAR 2 GARIS KONTINUM | 56 |
| GAMBAR 3 USIA RESPONDEN | 59 |
| GAMBAR 4 JENIS KELAMIN RESPONDEN | 60 |
| GAMBAR 5 PEKERJAAN RESPONDEN | 61 |
| GAMBAR 6 PENDIDIKAN TERAKHIR RESPONDEN | 62 |
| GAMBAR 7 DAERAH ASAL RESPONDEN | 63 |
| GAMBAR 8 PENGALAMAN BERWISATA SEBELUMNYA MEMPENGARUHI PERSEPSI SELAMA BERKUNJUNG | 65 |
| GAMBAR 9 PENGETAHUAN YANG SAYA KETAHUI TENTANG KOTA BANDUNG SANGAT MEMBANTU DALAM MEMILIH ATRAKSI WISATA BUDAYA YANG INGIN SAYA KUNJUNGI..... | 66 |
| GAMBAR 10 KETIKA MENGUNJUNGI <i>LANDMARK</i> KOTA BANDUNG MERUPAKAN PENGALAMAN YANG BERMAKNA DALAM PERJALANAN WISATA | 66 |
| GAMBAR 11 PENTINGNYA MENGETAHUI MAKNA DIBALIK <i>LANDMARK</i> ATAU BANGUNAN BERSEJARAH | 67 |
| GAMBAR 12 MENGUNJUNGI KOTA BANDUNG MERUPAKAN IMPIAN SAYA..... | 68 |
| GAMBAR 13 KETIKA MENGUNJUNGI MUSEUM PENGALAMAN SAYA DALAM BERWISATA MENINGKAT | 70 |
| GAMBAR 14 SAYA MERASA SENANG KETIKA MENGUNJUNGI TAMAN- TAMAN TEMATIK DI KOTA BANDUNG | 71 |
| GAMBAR 15 MERASAKAN PENGALAMAN BERSEJARAH KETIKA MELIHAT KEKHASAN DESAIN ARSITEKTUR YANG OTENTIK | 72 |
| GAMBAR 16 DAPAT MERASAKAN GAYA HIDUP PENDUDUK ASLI/LOKAL YANG MELAMBANGKAN ADAT ISTIADAT | 73 |

| | |
|--|-----------|
| GAMBAR 17 MERASA ANTUSIAS KETIKA MENGUNJUNGI BERBAGAI ATRAKSI WISATA BUDAYA | 75 |
| GAMBAR 18 MERASA TERLIBAT LANGSUNG DENGAN KEGIATAN YANG ADA DI ATRAKSI WISATA | 76 |
| GAMBAR 19 KEIKUTSERTAAN SAYA DALAM MENJAGA ATRAKSI WISATA BUDAYA | 77 |
| GAMBAR 20 SAYA MERASA SENANG KETIKA BERBAGI PENGALAMAN BERWISATA KE KOTA BANDUNG DENGAN KERABAT TERDEKAT | 78 |
| GAMBAR 21 KETIKA SAYA BERKUNJUNG KE KOTA BANDUNG SAYA MERASAKAN MAKANAN TRADISIONAL | 79 |
| GAMBAR 22 KETIKA BERKUNJUNG KE KOTA BANDUNG SAYA MERASAKAN MINUMAN TRADISIONAL..... | 80 |
| GAMBAR 23 MERASA SENANG KETIKA MENGUNJUNGI RESTAURAN LOKAL DI KOTA BANDUNG..... | 81 |
| GAMBAR 24 RASA MAKANAN DAN MINUMAN YANG TELAH SAYA RASAKAN TIDAK DITEMUKAN DI DAERAH ASAL SAYA | 82 |
| GAMBAR 25 SEBAGIAN BESAR MAKANAN DAN MINUMAN YANG SAYA RASAKAN ADALAH HIDANGAN LOKAL | 82 |
| GAMBAR 26 MERASA SENANG KETIKA MENGUNJUNGI ATRAKSI WISATA BUDAYA | 84 |
| GAMBAR 27 MENDAPATKAN PENGALAMAN BUDAYA YANG BARU YANG TIDAK DAPAT DITEMUKAN DIDAERAH ASAL SAYA | 84 |
| GAMBAR 28 MERASA TERTARIK UNTUK BISA MENGENAL LEBIH DALAM MENGENAI UPACARA ADAT | 85 |
| GAMBAR 29 SAYA MEMPELAJARI BAHASA DAERAH YANG BIASANYA DIGUNAKAN SEHARI-HARI OLEH PENDUDUK ASLI..... | 86 |
| GAMBAR 30 KARAKTERISTIK PENDUDUK ASLI MEMPENGARUHI PENGALAMAN BERWISATA SAYA MENJADI MENYENANGKAN | 86 |
| GAMBAR 31 JENIS TOKO PERBELANJAAN YANG LENGKAP MEMBUAT SAYA MERASA PUAS KETIKA BERKUNJUNG KE KOTA BANDUNG | 88 |

| | |
|---|------------|
| GAMBAR 32 MERASA AMAN KETIKA BERLIBUR KE KOTA BANDUNG | 89 |
| GAMBAR 33 PELAYANAN <i>STAFF</i> HOTEL ATAU PENGINAPAN YANG DIKUNJUNGI BAIK..... | 89 |
| GAMBAR 34 MERASA MUDAH MENDAPATKAN AKSES KE TEMPAT- TEMPAT WISATA DENGAN MENGGUNAKAN TRANSPORTASI UMUM | 90 |
| GAMBAR 35 KETIKA BERWISATA ARUS LALU LINTAS KOTA BANDUNG LANCAR..... | 91 |
| GAMBAR 36 REKAPITULASI HASIL ELEMEN MCTE | 93 |
| GAMBAR 37 GARIS KONTINUM MCTE | 94 |
| GAMBAR 38 GARIS KONTINUM ELEMEN <i>PRIOR PERCEIVED SIGNIFICANCE OF THE EXPERIENCE</i> | 95 |
| GAMBAR 39 GARIS KONTINUM ELEMEN <i>AUTHENTICITY</i> | 97 |
| GAMBAR 40 GARIS KONTINUM ELEMEN <i>ENGAGEMENT</i> | 98 |
| GAMBAR 41 GARIS KONTINUM ELEMEN <i>CULINARY ATTRACTION</i> | 100 |
| GAMBAR 42 GARIS KONTINUM ELEMEN <i>CULTURAL EXCHANGE</i> | 102 |
| GAMBAR 43 GARIS KONTINUM ELEMEN <i>THE QUALITY OF SERVICE</i> | 103 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----------|
| TABEL 1 DATA KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG BERDASARKAN PINTU MASUK KOTA BANDUNG TAHUN 2014-2018..... | 16 |
| TABEL 2 PENELITIAN TERDAHULU | 36 |
| TABEL 3 UJI VALIDITAS | 47 |
| TABEL 4 UJI REALIBILITAS..... | 48 |
| TABEL 5 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL..... | 50 |
| TABEL 6 KATEGORI INTERPRETASI SKOR..... | 55 |
| TABEL 7 JADWAL PENELITIAN | 57 |
| TABEL 8 REKAPITULASI DATA RESPONDEN..... | 63 |
| TABEL 9 REKAPITULASI ELEMEN <i>PRIOR PERCEIVED SIGNIFICANCE OF THE EXPERIENCE</i> | 69 |
| TABEL 10 REKAPITULASI DATA ELEMEN <i>AUTHENTICITY</i> | 74 |
| TABEL 11 REKAPITULASI DATA ELEMEN <i>ENGAGEMENT</i> | 79 |
| TABEL 12 REKAPITULASI DATA ELEMEN <i>CULINARY ATTRACTION</i> | 83 |
| TABEL 13 REKAPITULASI DATA ELEMEN <i>CULTURAL EXCHANGE</i> | 87 |
| TABEL 14 REKAPITULASI DATA ELEMEN <i>THE QUALITY OF SERVICE</i> | 92 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|------------|
| LAMPIRAN 1 PEDOMAN WAWANCARA | 120 |
| LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN | 122 |
| LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS | 125 |
| LAMPIRAN 4 SURAT KETERANGAN PENELITIAN | 127 |
| <u>LAMPIRAN 5 BUKTI BIMBINGAN</u> | <u>128</u> |
| LAMPIRAN 6 HASIL TURNITIN..... | 129 |
| LAMPIRAN 7 BIODATA PENULIS | 131 |

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, N. R. (2020, Mei 29). *Kompas.com*. Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2020/05/29/122257227/wishnutama-ungkap-tiga-tahapan-tatanan-new-normal-pariwisata-apa-saja?page=all>
- Andereck, K., Bricker, K., Kestetter, D., & Nickerson, N. (2006). Connecting Experiences to Quality: understanding the meaning behind visitors experience. *Oxford:Elsevier Butterworth Heinemann*, 81-98.
- Aswin, S. (2018). The Effects of Travel Experience Dimensions on Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: the case of island destination. *Internasional Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Bella, Y. d. (2019). Peranan Metode Pembelajaran The Power Of Two Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika. *Jurnal Mercumatika : Jurnal Penelitian Matematika dan Pendidikan Matematika*, . VOL.3, 129-135.
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B., & Ilic, A. (2011). Customer engagement; conceptual domain fundamental propositions and implication for research. *Journal of service research*, 252-271.
- Budiaji Weksi. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert.
- Callanan, M., & Thomas, S. (2005). Volunteer tourism. *niche tourism*, 183.
- Chandrakak, L., & Valenzuela, F. R. (2013). Exploring Memorable Tourism Experiences; Antecedents and behavioral outcomes. *Jurnal of economics, business and management*, 177-181.
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). Cultural Tourism; an analysis pf engagement, cultural contact, memorable tourism experiece and destination loyalty. *Toursim Management Perpectives*, 26, 153-163.
- Chhabra, D. (2005). Defining Authenticity and its Determinants: Toward an authenticity flow model. *Journal of Travel Research*, 64-73.
- Corona Disease Pandemic. (2019). <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. Retrieved from Corona Disease pandemic: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- Daugstad, K., & C, K. (2013). Aunthenticity and the pseudo-backctage of agritourism . *annals of tourism reseach*, 170-191.
- del Bosque, I. R., & San Martin, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of tourism research*, 551-573.

- Dewi, D. A. (2018). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. Retrieved from Research Gate:
https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_dan_Reliabilitas.
- Diah, F. (2020, November 21). *Travel.detik.com*. Retrieved from <https://travel.detik.com/travel-news/d-5264382/pemerintah-wuhan-makin-getol-kampanye-wisata>
- ETC. (2006). *Tourism Trends for Europe*. Brussels: European Travel Commission.
- Fanny, C. (2018, September 19). *Kompas.com*. Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2018/09/19/171700027/wonderful-indonesia-culinary-and-shopping-festival-siap-digelar->
- Fany, Citra. (2018, September 19). Retrieved from [travel.kompas.com: https://travel.kompas.com/read/2018/09/19/171700027/wonderful-indonesia-culinary-and-shopping-festival-siap-digelar-](https://travel.kompas.com/read/2018/09/19/171700027/wonderful-indonesia-culinary-and-shopping-festival-siap-digelar-)
- Freund, M. (2005). *Demografi Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Frisvoll, S. (2013). Conceptualising authentication of ruralness. *Annals of tourism research*, 272-296.
- H, Z., & C., H. (1992). Arts and heritage tourism. *In: Weiler B Special Interest*, 47-68.
- Hall dan Zeppel. (1991). *Measuring Stage of Cocerrn About The Innovation*. Austin: University of Texas.
- Hangrove, C. (2002). Heritage Tourism. *Cultural Resource Management*, 10-11.
- Hederson, J. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Jurnal*, 317-326.
- Hidayat. (2012, Agustus). *Menghitung Besar Sampel Penelitian*. Retrieved from Statistikian: <https://www.statistikian.com/2012/08/menghitung-besar-sampel-penelitian.html>
- Hidayat, A. (-b.-s.-p. (n.d.).
- Hollebeek, L. (2011). Exploring customer brand engagement: definition and themes. *Journal of strategic marketing*, 555-573.
- Holtzman, J. D. (2006). Food and memory. *annual review of anthropology* , 361-378.
- Hudson. (2009). *Consumer Behavior Related to Tourism*. *In Consumer Behavior in Travel and Tourism*. . New York: Routledge.
- Huh, J. U. (2006). Cultural Heritage Destinations: Tourist Satisfaction and Market Segmentation. *Journal of Hospitality abd Leisure Marketing*, 81-99.

- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Implementation and Tools for Destination Management Organizations. (n.d.). In W. T. Organization, *Practical Guidelines for Integrated Quality Management in Tourism Destinations* (p. 2017). Madrid: UNWTO.
- Jaha, P. (2017, juni 14). *pikiran-rakyat.com*. Retrieved from <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01281621/kota-bandung-1-dari-10-destinasi-brand-wonderful-indonesia-di-mata>
- Johns, N. a. (2002). Market segmentation and the prediction of tourist behavior: The Case of Bornholm, Denmark. *Journal of Travel Research*, 316-327.
- Kaur, P., & dkk. (2018). Descriptive Statistic. *Biostatistic, Vol 4*, 60-63.
- Kerstetter, D. L. (2001). An exploration of the specialization concept within the context of heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 267-274 .
- Kim, J. H. (2010). Determining the factors affecting the memorable nature of travel experiences . *Journal of travel & tourism marketing*, 780-796.
- Kim, J. H., & Ritchie, J. B. (2014). Cross-Cultural Validation of a Memorable Tourism Experience Scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 323-335.
- Knutson, J.Beck, B., A, J., Kim, Hyun, S., Cha, & Jaemin. (2006). Identifying the Dimensions of the experience construct. *Journal of hospitality & Leisure Marketing Vol. 15*, 3.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran. Jilid kedua (10th ed)*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kring. (2010). *Psikologi Abnormal*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kristina, M., & Jokom, R. (2019). Culinary Experiene of Domestic in Indonesia. *Researchgate.net*.
- Lee, J., Youngsoo, C., & Deborah, B. (2013). an exploratory study of convention destination competitiveness from the attendees prespective: Importance Performance Analysis and repeated measures of manoya. *Journal of Hospitality and Tourism Research* , 589-610.
- Masyhuri dan Zainuddin, M. (2011). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Refika Aditama.
- Mazurek, M. (2014). competitiveness in tourism - models of tourism competitiveness and their applicability: case study austria and switzerland. *European journal of tourism*, 73-94.

- McKercher. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 29-38.
- McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research* , 29-38.
- Mei, X. (2014). boring and expensive: the challenge of developing experience-based tourism in the Inland region, Norway. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 12, 71-80.
- Moscardo, G., & Pearce, P. (1999). Understanding ethnic tourist. *annals of tourism research*, 416-434.
- Nunnally, J. (1970). *Psychometric Theory 2nd Edition*. New York: Mc Graw Hill Bok Company.
- Osman, H., Johns, N., & Lugosi, P. (2014). Commercial hospitality in destination experiences: McDonalds and tourist consumption pf space. *Tourism Management* 42, 238-247.
- Otto, J., & Ritchie, J. (1996). the service experience in tourism . *tourism management*, 165-174.
- Park, E. C. (2019). The role and dimensions of authenticity in heritage tourism. *Tourism Management* 74, 99-109.
- (2018). *PEDOMAN PENGEMBANGAN WISATA TEMATIK BERBASIS BUDAYA*. Asisten Deputi Pengembangan Wisata Budaya Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan.
- Pine, B., & Gilmore, J. (1999). the experience economy. Boston. *harvad business school press*.
- Priyani. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama.
- Priyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama.
- Protokol Kesehatan Kota Bandung*. (n.d.). Retrieved from <https://dinkes.bandung.go.id/dashboard.php?page=pengumuman&id=93>
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience; an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 297-305.
- Ram, Y., Bjork, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 110-122.
- Ramkissoon, H., & Uysal, M. (2010). Testing the role of authenticity in cultural tourism consumption: a case of mauritius. *Tourism Analysis*, 571-583.

- Richards. (2003). *What is Cultural Tourism? In van Maaren*. Erfgoed voor Toerisme: Nationaal Contact Monumenten.
- Richards, G. (2007). *Cultural Tourism; Global and local perspectives*,. Binghamton: Haworth Press.
- Rosida, I. (2008). *Partisipasi pemuda dalam pengembangan kawasan ekowisata dan implikasinya terhadap ketahanan masyarakat desa (Studi di Kawasan Ekowisata Gunung Api Purba Nglanggeran, Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Bandung: Alfabeta.
- S, A. (2003). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sangpikul. (2018). The effects of travel experience dimensions on tourist satisfaction and destination loyalty The case of an island destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 106-123.
- Sekaran. (2006). *Metodologi research untuk bisnis edisi keempat*. Bandung: Salemba Empat.
- Silalahi. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika.
- Spillane, J. (1994). *Pariwisata Indonesia, Siasat ekonomi dan rekaya kebudayaan*. Yogyakarta.
- Stebbins, R. A. (1996). Cultural Tourism as Serious Leisure. *Annals of Tourism Research*, 948-950.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (1993). *Teori Kepemimpinan dalam manajemen*. Yogyakarta: Armurita.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (n.d.). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Butterworthheinemann.
- Syefi, S., Rasoolimanesh, S. M., & Hall, C. M. (2019). Exploring Memorable Cultural Tourism Experiences. *Journal of Heritage Tourism*.
- Taheri, B., Jafari, A., & O'Gorman, K. (2014). Keeping your audience; presenting a visitor engagement scale. *Tourism Management*, 42, 321-329.

- Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2009). *Cultural Heritage and Tourism in Developing World: A Regional Perspective*. Taylor & Francis.
- Triana, D. d. (2013). Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi di Provinsi Banten. *Jurnal Fondasi*, 182-190.
- Uriely, N. (2005). The Tourist Experience; Conceptual Developments. *Annals of Tourism*. Vol 32, 199-216.
- W, B. (2013). Skala Pengurukan dan Jumlah Respon Likert. . *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, VOL. 2, 127-133.
- W, S. G., & Cochran, W. G. (1967). *Statistical Methods*. Iowa: Iowa state univeristy press.
- Wahyu, T. (2015, Februari 10). *CNN INDONESIA*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-269-31086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean>
- Wijaya, S., King, B., Nguyen, T., & Morrison, A. (2013). Internasional visitor dining experiences: a conceptual framework. *Journal of hospitality and tourism management*, 20, 34-42.
- World Tourism Organization. (2017). In P. G. Concept, *Implementation and Tools for Destination Management Organizations*, . Madrid: UNWTO.
- Yoeti Oka, A. (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yulandari, A. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Garuda Indonesia. *Jurnal Bisnis*, 170-110.