

**PENGARUH *MOTIVATION* DAN *MEMORABLE EXPERIENCE*
TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI TAMAN WISATA ALAM
GUNUNG PAPANDAYAN SAAT PANDEMI COVID-19**

***THE EFFECT OF MOTIVATION AND MEMORABLE EXPERIENCE ON REVISIT
INTENTION IN MOUNT PAPANDAYAN NATURAL TOURISM PARK DURING
PANDEMIC COVID-19***

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Magister Manajemen Pariwisata



Disusun Oleh :

Maya Rahmah Fikriyah
NIM 201923839

**KONSENTRASI ADMINISTRASI PARIWISATA
PROGRAM PASCASARJANA
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2022**

SURAT PERNYATAAN

1. Karya tulis ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik Politeknik Pariwisata NHI Bandung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing
3. Dalam Tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali secara tertulis dan dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam Tesis dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan bersungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia mendapay sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, April 2022

Yang Membuat Pernyataan



Maya Rahmah Fikriyah

Lembar Pengesahan Perbaikan Tesis

Sesuai dengan hasil Sidang Tesis tanggal 20 April 2022 dan sesuai saran – saran dan masukan yang telah disampaikan oleh tim penguji, dengan ini disampaikan revisi tesis :

Nama : Maya Rahmah Fikriyah
NIM : 2019.23839
Konsentrasi : Administrasi Pariwisata
Judul : “Pengaruh *Motivation* Dan *Memorable Experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Taman Wisata Alam Gunung Papandayan Saat Pandemi Covid-19”

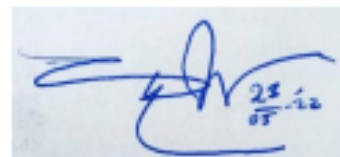
Sudah selesai dan dapat disetujui oleh :

Penguji II



Dr. Haryadi Darmawan,MM.CPM (Asia)
NIP. 19711225 199803 1 001

Penguji I



Dr. Atang Sabur Safari, M.Sc.
NIP. 19600105 199203 1 001

Pembimbing II



Dr. Sutanto Leo, Dipl. TESL, M.Ed.TESOL
NIP. 19560607 198203 1 005

Pembimbing I



Dr. Herlan Suherlan,MM,CIQnR.,CIQaR
NIP. 19680127 199803 1 001

Bandung, 24 Mei 2022 Mengetahui,
Sekretaris Program Pascasarjana
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Dr. Ananta Budhi Danurdara,M.Sc.CPM (Asia)
NIP. 19750611 200212 1 001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai *motivation* dan *memorable experience* serta pengaruhnya terhadap *revisit intention* di TWA Gunung Papandayan pada masa pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif – verifikatif yaitu untuk memperoleh temuan berupa gambaran mengenai *motivation* dan *memorable experience* terhadap *revisit intention* di TWA Gunung Papandayan pada masa pandemi Covid-19, sehingga metode yang dipakai adalah *explanatory survey*. Jumlah *sample* yang digunakan sebanyak 350 responden yaitu wisatawan yang melakukan pendakian di TWA Gunung Papandayan pada masa pandemi Covid-19. Penentuan sample pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarakan pada responden dan observasi. Dalam menganalisis hal tersebut maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda serta uji f (simultan) dan uji t (parsial). Diperoleh hasil pengujian yang menunjukkan bahwa *motivation* dan *memorable experience* berpengaruh terhadap *revisit intention* di TWA Gunung Papandayan pada masa pandemi Covid-19. Dibuktikan oleh banyaknya wisatawan memiliki motivasi yang tinggi dan memiliki banyak pengalaman yang bisa dikenang di TWA Gunung Papandayan. Serta memiliki keinginan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada teman, keluarga dan kerabatnya.

Kata Kunci : *Motivation, Memorable Experience dan Revisit Intention.*

ABSTRACT

This study aims to find out an overview of motivation and memorable experiences and their influence on revisit intention at TWA Gunung sPapandayan during the Covid-19 pandemic. In this study, the type of research used is descriptive - verification research, namely to obtain findings in the form of an overview of motivation and memorable experiences on revisit intentions at TWA Gunung Papandayan during the Covid-19 pandemic, so the method used is an explanatory survey. The number of samples used was 350 respondents, namely tourists who did climbing at Mount Papandayan TWA during the Covid-19 pandemic. Determination of the sample in this study using a non-probability sampling technique with the method used is accidental sampling. Data collection techniques used research instruments in the form of questionnaires distributed to respondents and observations. In analyzing this, validity and reliability tests were used, classical assumption test, multiple linear regression test and f test (simultaneous) and t test (partial). Test results were obtained which showed that motivation and memorable experiences had an effect on revisit intention at TWA Gunung Papandayan during the Covid-19 pandemic. It is proven by the number of tourists who have high motivation and have many memorable experiences at TWA Gunung Papandayan. And have the desire to visit again and recommend to friends, family and relatives.

Keywords: Motivation, Memorable Experience and Revisit Intention.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkah-Nya penulis saat ini dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini yang berjudul **“PENGARUH *MOTIVATION DAN MEMORABLE EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI TAMAN WISATA ALAM GUNUNG PAPANDAYAN SAAT PANDEMI COVID-19”**. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Pariwisata pada Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis juga menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan dengan dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CPM (Asia) selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Bapak Dr. Haryadi Darmawan, MM., CPM (Asia), selaku Ketua Program Pascasarjana Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Dr. Herlan Suherlan, MM, CIQnR., CIQaR selaku Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan tesis ini.
4. Bapak Dr. Sutanto Leo, Dipl. TESL, M.Ed. TESOL selaku pembimbing II yang telah mengarahkan dan memberikan masukan teknis selama penyusunan tesis ini.
5. Seluruh dosen dan staff pada Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang memberi bantuan baik langsung atau tidak langsung kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini
6. Seluruh Manajemen dan staff TWA Gunung Papandayan yang sudah memberikan izin dan membantu dalam pengerjaan penelitian ini.
7. Teristimewa kepada suami saya Fahry Ahmad dan kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan penuh dalam penyelesaian tesis ini
8. Seluruh rekan mahasiswa Pascasarjana Angkatan 2019 yang telah saling mendukung memberikan sumbangan pemikiran dan motivasi dalam penyusunan tesis ini.

Semoga tesis ini dapat bermanfaat sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Pariwisata bagi para pembaca.

Bandung, Mei 2021
Penulis,

Maya Rahmah Fikriyah

NIM. 201923839

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Batasan Masalah.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Secara Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Secara Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Konsep <i>Revisit Intention</i>	10
2.1.1 Definisi <i>Revisit Intention</i>	10
2.1.2 Dimensi <i>Revisit Intention</i>	12
2.2 Kajian Teori <i>Motivation</i>	13
2.2.1 <i>Motivation</i> dalam <i>Consumer Behavior</i>	13
2.2.2 Definisi <i>Motivation</i>	15
2.2.3 Dimensi <i>Motivation</i>	16
2.3 Konsep <i>Memorable Experience</i>	17

2.3.1 Definisi <i>Memorable Experience</i>	18
2.3.2 Dimensi <i>Memorable Experience</i>	19
2.4 Pengaruh <i>Motivation</i> dan <i>Memorable Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	23
2.5 Penelitian Terdahulu.....	24
2.6 Kerangka Pemikiran.....	30
2.7 Hipotesis.....	32
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Rancangan Penelitian.....	34
3.2 Objek Penelitian.....	34
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.2.3 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.2.4 Operasional Variabel.....	37
3.2.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.2.5.1 Pengujian Validitas.....	46
3.2.5.2 Pengujian Reliabilitas.....	52
3.2.6 Metode Analisis Data.....	54
3.2.7 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.2.8 Uji Regresi Linier Berganda.....	56
3.2.9 Pengujian Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Temuan dan Pembahasan <i>Motivation</i> (X1).....	59
4.1.1 Hasil Penelitian Variabel <i>Motivation</i> (X1).....	59
4.1.2 Pembahasan Hasil Penelitian <i>Motivation</i> (X1).....	65
4.2 Temuan dan Pembahasan <i>Memorable Experience</i> (X2).....	68
4.2.1 Hasil Penelitian Variabel <i>Memorable Experience</i> (X2).....	67
4.2.2 Pembahasan Hasil Penelitian <i>Memorable Experience</i> (X2).....	76
4.3 Temuan dan Pembahasan <i>Revisit Intention</i> (Y).....	78

4.3.1	Hasil Penelitian Variabel <i>Revisit Intention</i> (Y).....	79
4.3.2	Pembahasan Hasil Penelitian <i>Revisit Intention</i> (Y).....	82
4.4	Tingkat Pengaruh <i>Motivation</i> dan <i>Memorable Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	83
4.4.1	Hasil Penelitian Tingkat Pengaruh <i>Motivation</i> dan <i>Memorable Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	81
4.4.1.1	Karakteristik Responden.....	83
4.4.1.2	Analisis Deskriptif.....	86
4.4.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	84
4.4.1.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
4.4.1.5	Pengaruh <i>Motivation</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	91
4.4.1.6	Pengaruh <i>Memorable Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	92
4.4.1.7	Pengaruh <i>Motivation</i> dan <i>Memorable Experience</i> Secara Simultan terhadap <i>Revisit Intention</i>	94
4.4.1.8	Koefisien Determinasi.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Implikasi.....	97
5.3	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Daftar Gunung Pendakian di Jawa Barat.....	3
1.2	Jumlah Pengunjung TWA Gunung Papandayan.....	3
2.5	Penelitian Terdahulu.....	23
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	37
3.2	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	48
3.3	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	54
3.4	Intepretasi Koefisien Korelasi.....	56
4.1	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Motivation</i>	59
4.2	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Memorable Experience</i>	67
4.3	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Revisit Intention</i>	77
4.4	Karakteristik Demografi Responden.....	81
4.5	Responden Berdasarkan Pengalaman.....	83
4.6	Interval Penafsiran Rata Rata Skor Tanggapan Responden.....	84
4.7	Hasil pengujian asumsi Normalitas.....	85
4.8	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas.....	86
4.9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
4.10	Rangkuman Uji Pengaruh <i>Motivation</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	89
4.11	Rangkuman Uji Pengaruh <i>Memorable Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i>	90
4.12	Tabel Anova Untuk Pengujian Secara Simultan.....	92
4.13	Koefisien Determinasi.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Motivation</i> dan <i>Memorable Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di TWA Gunung Papandayan.....	28
2.3	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Motivation</i> dan <i>Memorable Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> di TWA Gunung Papandayan.....	29
3.1	Regresi Linier Berganda.....	48
4.1	Garis Kontinum Kategorisasi Variabel <i>Motivation</i> (X1).....	65
4.2	Garis Kontinum Kategorisasi Variabel <i>Memorable Experience</i> (X2)....	75
4.3	Garis Kontinum Kategorisasi Variabel <i>Revisit Intention</i> (Y).....	80
4.4	Grafik Normalitas.....	85
4.5	Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	87

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. A., Ghani, B. A., Zin, S. M., & Aziz, I. A. (2018). The Disciplinary Status of Islamic Consumer Behavior. *International Journal of Asian Social Science*, 7(12), 949–962.
- Ali, F., Hussain, K., & Ragavan, N. A. (2014). Memorable Customer Experience: Examining the Effects of Customers Experience on Memories and Loyalty in Malaysian Resort Hotels. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 273–279. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.296>
- Alshammari, F., Whaley, J., Hur, S., & Kim, Y.-K. (2019). Gender differences in motivations to attend festivals in Saudi Arabia. *International Hospitality Review*, 33(2), 126–141. <https://doi.org/10.1108/ihr-06-2019-0009>
- Allameh, S. M., Khazaei Pool, J., Jaberi, A., Salehzadeh, R., & Asadi, H. (2015). Factors Influencing Sport Tourists' Revisit Intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, ISSN 1355-5855, 27(2), 191–207. <https://doi.org/10.1108/apjml-12-2013-0159>
- Andy Field (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. (3rd ed.). SAGE Publications Ltd
- Castellani, P., Bonfanti, A., Canestrino, R., & Magliocca, P. (2020). Dimensions and triggers of memorable tourism experiences: evidence from Italian social enterprises. *TQM Journal*, 32(6), 1115–1138. <https://doi.org/10.1108/TQM-11-2019-0259>
- Chandralal, Lalith dan Fredy Roberto Valenzuela. 2015. *Memorable Tourism Experiences: Scale Development*. Contemporary Management Research. Vol. 11 Iss 3 pp. 291–310
- Choo, Yunjeong C and Hyun M. Kang. 2016. *Do Sport Tourists Perceived Risk Affect Their Involvement and Intention to Revisit*. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, Vol. 17, No. 1, 2016 pp. 19-36

- Dagustani, D., Kartini, D., Oesman, Y. M., & Kaltum, U. (2018). Destination Image of Tourist: Effect of Travel Motivation and Memorable Tourism Experience. *Etikonomi*, 17(2), 307–318. <https://doi.org/10.15408/tk.v17i2.7211>
- Ekonomi, F., Garut, U., Nurhasan, R., Wibowo, L. A., Manajemen, P. S., Pendidikan, U., & Upi, I. (2012). *Jurnal Wacana Ekonomi Analisis Faktor Corporate Reputation pada Tempat Wisata*.
- Firdaus, T., & Abdullah, T. (2017). E-WoM: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Tamu Restoran di Bandung Utara. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(1), 21.
- George, B. P. (2004). Past visits and the intention to revisit a destination: place attachment as the mediator and novelty seeking as the moderator. *Journal of Tourism Studies*, 15(2), 51–66. <http://www.cabdirect.org/abstracts/20053022778.html>
- Gujarati, Damodar N. and Porter, Dawn C. 2009 “Basic Econometrics” 5th edition. McGraw.Hill New York
- Guzel, O., Sahin, I., & Ryan, C. (2020). *Push-motivation-based emotional arousal: A research study in a coastal destination. Journal of Destination Marketing and Management*, 16(March), 100428.
- Haryanto, E. (2019). Analisis Motivasi Pendorong Wisatawan Mancanegara Berkunjung ke Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah: Kepariwisataaan*, 13(01), 16. <http://ejournal.stipram.net>
- Hsieh, L.-F., Lin, L.-H. and Lin, Y.Y. (2008), “A service quality measurement architecture for hot spring hotels in Taiwan”, *Tourism Management*, Vol. 29, pp. 429–438.
- Htet, Z. L., Nonsiri, P., & Daengbuppha, J. (2014). *an Approach To Design Memorable Experience of Thai Tourists At a*. 4(1), 161–170.
- Junaedi, S., & Harjanto, J. (2020). Examining The Effect of Destination Awareness,

Destination Image, Tourist Motivation, and Word of Mouth on Tourists' Intention to Revisit. *International Symposia in Economic Theory and Econometrics*, 27(Economics of Emerging Markets), 27–38. <https://doi.org/10.1108/S1571-038620200000027003>

Kara, N. S., & Mkwizu, K. H. (2020b). Demographic factors and travel motivation among leisure tourists in Tanzania. *International Hospitality Review*, 34(1), 81–103. <https://doi.org/10.1108/ihr-01-2020-0002>

Kim, J. H. (2018). The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856–870. <https://doi.org/10.1177/0047287517721369>

Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., & Ahn, K. (2015). Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well-Being. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(July), S76–S96. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.997958>

Kim, Jong-Hyeong, J. R. Brent Ritchie, and Bryan M. McCormick. (2012). "Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences." *Journal of Travel Research*, 51 (1): 12-25

Kim, J. H., J. R. Ritchie, and V. W. S. Tung. (2010). "The Effect of Memorable Experience on Behavioral Intentions in Tourism: A Structural Equation Modeling Approach." *Tourism Analysis* 15 (6): 637–48

Kim, Jong-Hyeong, J. R. and Brent Ritchie, (2013). "Cross-Cultural Validation of a Memorable Tourism Experience Scale (MTES)" *Journal of Travel Research*

Kim, Kyoung & kim, junyoung & Kim, Hyangmi & Chen, Ya-Ling. (2019). Memorable Travel Experiences: Qualitative Approach. 15. 101-112. [10.1108/S1745-354220190000015006](https://doi.org/10.1108/S1745-354220190000015006).

Lan-Lan Chang, Kenneth F. Backman and Yu Chih Huang (2015) "Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention"

Lee, Sojung, Jeong, E., & Qu, K. (2019). Exploring Theme Park Visitors' Experience on Satisfaction and Revisit Intention: A Utilization of Experience Economy

Model. Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, ISSN 15280098, 1–24. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1691702>

Lestari, F. D. (2019). (*Survei Pada Pengunjung Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang*).

Lin, Chung-Hsien.2012. *Effects of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, and Self-Healt Perception on The Revisit Intention of Hot Springs Tourists*. Journal of Hospitality & Tourism Research, Vol. 38, No. 2, May 2014, 243265.

Line, Mathisen (2012) “*THE EXPLORATION OF THE MEMORABLE TOURIST EXPERIENCE*”

Ling, N. G., & Mapjabil, J. (2012). Faktor yang mempengaruhi kunjungan ulangan pelancong antarabangsa: suatu ulasan (Factors influencing revisit by international tourists: A review). *Geografia: Malaysian Journal of Society and Space*, 8(3), 1–11.

Lintje Sie, Kelly Virginia Phelan, Shane Pegg, (2018) "*The interrelationships between self-determined motivations, memorable experiences and overall satisfaction: A case of older Australian educational tourists*", Journal of Hospitality and Tourism Technology

Malhotra, Naresh K dan David F. Briks. 2007. Marketing Research : An Applied Approach. England : Peason Education Limited.

Michael, N., Wien, C., & Reisinger, Y. (2017). *Push and pull escape travel motivations of Emirati nationals to Australia*. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 11(3), 274–296.

Parfenova, A., & Romashova, S. (2019). *The role of procrastination in students' consumer behavior: Budget planning and impulse buying*. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(1–2), 133–144.

Parwati, Kardina.2014.Pengaruh *Servicescape* terhadap *Revisit Intention* dengan *Perceived Service Quality* sebagai Variabel Mediasi.

Prebensen, N. K., Woo, E., Chen, J. S., & Uysal, M. (2013). Motivation and

Involvement as Antecedents of the Perceived Value of the Destination Experience. *Journal of Travel Research*, 52(2), 253–264.
<https://doi.org/10.1177/0047287512461181>

Ramli, M. F., Rahman, M. A., & Ling, O. M. (2020). Do motivation and destination image affect tourist revisit intention to kinabalu national park during covid-19 pandemic recoveryphase? *European Journal of Molecular and Clinical Medicine*, 7(6), 1624–1635.

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), pp.1-10.

Ritchie, J.R. & Tung, Vincent & Ritchie, Robin. (2011). Tourism experience management research: Emergence, evolution and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 23. 419-438.
10.1108/095961111111129968.

Sekaran, Uma. 2008. *Research Methods For Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empa.

Sekaran, Uma and Roger Bougie.2010.*Research Methods for a Business*.West

Sheellyana Junaedi and Jason Harjanto (2020). “*examining the effect of destination awareness, destination image, tourist motivation, and word of mouth on tourists’ intention to revisit*” Chapter 3.

Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior Buying, Having, Being Twelve Edition*.

Sopyan. Analisis Pengaruh daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. Semarang

Sugiyono.2012.*Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta

Sthapit, Erose. 2013. *Tourists’ Perceptions of Memorable Experiences: Testing the Memorable Tourism Experience Scale among Tourists to Rovaniemi*. University of Lapland.

- Sthapit, E., Del Chiappa, G., Coudounaris, D. N., & Björk, P. (2020). Tourism experiences, memorability and behavioural intentions: a study of tourists in Sardinia, Italy. *Tourism Review*, 75(3), 533–558. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-0102>
- Sthapit, Erose. Peter Björk and Jano Jiménez Barreto (2020) “*Negative memorable experience: North American and British Airbnb guests’ perspectives*”
- Stylos, N., Bellou, V., Andronikidis, A., & Vassiliadis, C. A. (2017). Linking the Dots Among Destination Images, Place Attachment, and Revisit Intentions: A Study Among British and Russian Tourists. *Tourism Management*, ISSN 02615177, 60, 15–29. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.006>
- Tanaya, G. J., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2016). *Pengaruh Motivasi Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Angkut Batu (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2016)*. 2011, 82–94.
- 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*, ISSN 19388179, 11(4), 371–401. <https://doi.org/10.1080/19388160.2015.1110545>
- Wu, H. C., Li, M. Y., & Li, T. (2018). A Study of Experiential Quality, Experiential Value, Experiential Satisfaction, Theme Park Image, and Revisit Intention. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, ISSN 15577554, 42(1), 26–73. <https://doi.org/10.1177/1096348014563396>
- Yoga Suhendra, Lia Suprihartini, F. K. (2020). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析*Title. September, 92027. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Yung-Chuan Huang, Chih-Hsing Sam Liu, (2017) "*Moderating and mediating roles of environmental concern and ecotourism experience for revisit intention*",

International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 29 Issue:
7

Zatori, Anita & Beardsley, Meghan. (2017). On-Site and Memorable Tourist Experiences: Trending Toward Value and Quality-of-Life Outcomes. DOI : 10.1108/S1745-354220170000013003

Database :

Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Garut 2020

Website :

History Bogor, 2016, Gunung Papandayan

<https://abdulbasithsite.wordpress.com/2016/01/05/gunung-papandayan/20Kawah%20Manuk>

Pikiran Rakyat, 2020, Tingkat Kunjungan Wisatawan Gunung Papandayan Alami Penurunan, Pengelola : Hampir 50%, <https://www.pikiran-rakyat.com/jawa-barat/pr-01686053/tingkat-kunjungan-wisatawan-gunung-papandayan-alami-penurunan-pengelola-hampir-50-persen#>

Antara Kantor Berita Indonesia, 2019, Minat Kunjungan Wisatawan Ke Gunung Papandayan Meningkat, <https://www.antaraneews.com/berita/915763/minat-kunjungan-wisatawan-ke-gunung-papandayan-meningkat>

Republika, 2020, Garut Siapkan Langkah Tangkal Stigma Wisata Mahal, <https://www.republika.co.id/berita/q4i7nx335/garut-siapkan-langkah-tangkal-stigma-wisata-mahal>