

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
REVISIT INTENTION DI DESTINASI WISATA
(STUDI KASUS PADA SINDU KUSUMA EDUPARK)**

SKRIPSI



**Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

Oleh :

ASRIYANTI

NO.MHS : 417100439

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2021**

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
REVISIT INTENTION DI DESTINASI WISATA
(STUDI KASUS PADA SINDU KUSUMA EDUPARK)**

SKRIPSI



**Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

**Oleh :
ASRIYANTI
NO.MHS : 417100439**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
REVISIT INTENTION DI DESTINASI WISATA
(STUDI KASUS PADA SINDU KUSUMA EDUPARK)



Oleh :

ASRIYANTI

NO.MHS : 417100439

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Dra. Nuharani EK, M.Pd
NIDN.0530046603

Mengetahui,
Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata

Yudi Setiaji SIL, M.M.
NIDN. 0508066401

BERITA ACARA UJIAN

ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
REVISIT INTENTION DI DESTINASI WISATA
(STUDI KASUS PADA SINDU KUSUMA EDUPARK)

Disusun Oleh :

ASRIYANTI

No Mhs : 417100439

Telah dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan LULUS

Pada tanggal 19 Juni 2021

Penguji Utama : Drs. Santosa, M.M.

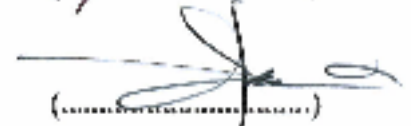

NIDN: 0519045901

Penguji I : Drs. Budi Hermawan, M.M

NIDN: 0523026601

Penguji II : Dra. Nuharani EK, M.Pd

NIDN: 0530046603



Mendatarahi,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M

NIDN: 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asriyanti

NIM : 417100439

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Sindu Kusuma Edupark)" adalah benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 19 Juni 2021


Asriyanti

MOTTO

“Allah give us everything, without Allah we cannot do nothing”

(Khabib Nurmagomedov)

“You can do anything if we put our minds to it”

(Benny Blanco, Halsey and Khalid)

“Hai orang – orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang orang yang sabar”

(Q.S Al-Baqarah : 153)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa bahagia dan bangga, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan saya kekuatan, kesabaran, kesehatan, dan perlindungan selalu dalam mengerjakan skripsi ini serta memudahkan selalu langkah saya sampai saat ini sehingga saya bisa menyelesaikan kewajiban saya yaitu menyelesaikan Pendidikan D-IV di STP AMPTA Yogyakarta.
2. Kedua Orang Tua Saya yang selalu mendoakan saya dan memberi kasih sayang serta dukungan moral maupun materil walaupun dari jarak jauh sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Teruntuk kakak, adik dan segenap keluarga tercinta, terimakasih untuk dukungan baik secara materil bahkan kepercayaan sehingga saya dapat tetap yakin menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
4. Teristimewa untuk Mba Efa, Ajeng, dan Upil saudara tapi tak sedarah saya yang selalu memberikan semangat serta selalu ada ketika saya membutuhkan dalam keadaan apapun. Terimakasih atas dukungannya selalu semoga Allah membalas semuanya kelak nanti.
5. Teruntuk teman seperjuangan saya, Aya, Valerie, Mei dan Fitri serta teman – teman seperjuangan lainnya khususnya kelas UPW A angkatan 2017 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terimakasih sudah sama-sama berjuang dan selalu mendukung satu sama lain.
6. Untuk kakak-kakak staff Jogja Tourism Training Center. Terimakasih selalu memberikan dorongan yang positif.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat Karunia dan ridho-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “**Analisis Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Sindu Kusuma Edupark)**”, dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi lanjut guna memperoleh gelar derajat Sarjana Terapan Pariwisata pada program studi Usaha Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis sungguh menyadari selama proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat .:

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
2. Ibu Dra. Nuharani EK, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
3. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan pengarahan dan nasihat yang berguna dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M, selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

5. Bapak Yudi Setiaji, S.H, M.M, selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata yang telah membantu dan mempermudah urusan selama kuliah dan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membimbing dari awal masa perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Dahlia dan staff dari Sindu Kusuma Edupark yang telah memberi ijin melakukan penelitian dan membantu melancarkan mengumpulkan data.
8. Semua pihak yang terlibat dan terkait namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, dukungan dan doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu, dengan senang hati penulis menerima kritik, saran yang membangun demi perbaikan untuk menjadi lebih baik lagi dalam melakukan penelitian di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Yogyakarta, 19 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| BERITA ACARA UJIAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| ABSTRAK..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Batasan Masalah..... | 5 |
| D. Tujuan Penelitian | 5 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS..... | 7 |
| A. Landasan Teori..... | 7 |
| 1. Pariwisata..... | 7 |

| | |
|---|-----------|
| 2. <i>Customer Experience</i> | 8 |
| a. Definisi <i>Customer Experience</i> dalam Pemasaran Pariwisata | 8 |
| b. Dimensi <i>Customer Experience</i> | 10 |
| 3. <i>Revisit Intention</i> | 13 |
| a. Definisi <i>Revisit Intention</i> | 12 |
| b. Dimensi <i>Revisit Intention</i> | 14 |
| 4. Destinasi Wisata..... | 15 |
| B. Kerangka Pemikiran | 16 |
| C. Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| D. Hipotesis | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 21 |
| A. Jenis Penelitian..... | 21 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 21 |
| C. Populasi dan Sampel | 22 |
| 1. Populasi..... | 22 |
| 2. Sampel | 23 |
| D. Variabel, Definisi Konsep dan Operasional Variabel, dan Indikator..... | 24 |
| 1. Variabel..... | 24 |
| 2. Definisi Konsep dan Operasional Variabel dan Indikator | 25 |
| E. Metode Pengumpulan Data | 27 |
| 1. Jenis Instrumen Penelitian | 26 |
| 2. Uji Kelayakan Instrumen | 28 |
| F. Metode Analisis Data | 31 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Uji Kelayakan Variabel | 31 |
| 2. Jenis Metode Analisis | 33 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 36 |
| A. Deskripsi Objek Penelitian | 36 |
| B. Uji Kelayakan Instrumen..... | 68 |
| C. Uji Kelayakan Variabel | 71 |
| D. Hasil Analisis Data..... | 75 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 87 |
| A. Kesimpulan | 87 |
| B. Saran..... | 88 |
| C. DAFTAR PUSTAKA..... | 89 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Kunjungan Sindu Kusuma Edupark 2018-2019 | 4 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel | 25 |
| Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Skala Likert | 28 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin | 60 |
| Tabel 4.2 Usia | 61 |
| Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir | 62 |
| Tabel 4.4 Pekerjaan | 62 |
| Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Experience</i> (X)..... | 63 |
| Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Revisit Intention</i> (Y) | 67 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas | 69 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas | 70 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas..... | 73 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas | 74 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji F..... | 75 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji T..... | 77 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Logo Sindu Kusuma Edupark | 36 |
| Gambar 4.2 Jenis Tiket SKE | 39 |
| Gambar 4.3 Cakra Manggilingan | 41 |
| Gambar 4.4 4D <i>Rider</i> | 41 |
| Gambar 4.5 <i>House Of Terror</i> | 42 |
| Gambar 4.6 Cinema 8D | 43 |
| Gambar 4.7 <i>Disaster Room</i> | 44 |
| Gambar 4.8 Montor Tumbur | 44 |
| Gambar 4.9 Kursi Mabur | 45 |
| Gambar 4.10 Roti Puter | 46 |
| Gambar 4.11 Sepeda Mabur..... | 46 |
| Gambar 4.12 <i>Family Coaster</i> | 47 |
| Gambar 4.13 Kora - kora | 48 |
| Gambar 4.14 Omah Batik dan Omah Musik | 48 |
| Gambar 4.15 Miniatur Candi Prambanan dan Candi Borobudur | 49 |
| Gambar 4.16 <i>Light Festival</i> | 49 |
| Gambar 4.17 Spot Foto | 50 |
| Gambar 4.18 Mobil Gowes | 51 |
| Gambar 4.19 Area Parkir | 51 |
| Gambar 4.20 Loker Tiket Area Luar | 52 |
| Gambar 4.21 Loker Tiket Area Dalam..... | 52 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.22 Toiet | 53 |
| Gambar 4.23 Mushola..... | 53 |
| Gambar 4.24 Gazebo dan Kursi Pengunjung | 54 |
| Gambar 4.25 Foodcourt | 54 |
| Gambar 4.26 Peta Wahana | 55 |
| Gambar 4.27 Papan Petunjuk Evakuasi | 55 |
| Gambar 4.28 Papan Informasi Edukasi..... | 56 |
| Gambar 4.29 Protokol Kesehatan | 56 |
| Gambar 4.30 Hasil Uji Normalitas | 72 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|----------------------------|
| Lampiran 1 | Surat Pengantar Penelitian |
| Lampiran 2 | Kuesioner Penelitian |
| Lampiran 3 | Data Hasil Penelitian |
| Lampiran 4 | Hasil Olah Data SPSS |
| Lampiran 5 | R Tabel |
| Lampiran 6 | F Tabel |
| Lampiran 7 | T Tabel |
| Lampiran 8 | Dokumentasi Penelitian |
| Lampiran 9 | Lembar Bimbingan |

ABSTRAK

Dalam penelitian ini peneliti mengambil judul “Analisis Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Sindu Kusuma Edupark)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention*, serta variabel *customer experience* mana yang paling berpengaruh dominan terhadap *revisit intention* di Sindu Kusuma Edupark.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan variabel yaitu *comfort* (X_1), *educational* (X_2), *hedonic* (X_3), *novelty* (X_4), *safety* (X_5), *beauty* (X_6) dan *revisit intention* (Y). Sampel yang digunakan sebanyak 55 responden dengan teknik pengambilan sampel, *sampling insidental*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan uji F dan uji T sebagai uji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji F, nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $37,340 > 2,29$ dengan $\text{sig.} 0,000$ sehingga H_{a1} diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *customer experience* yang terdiri dari *comfort* (X_1), *educational* (X_2), *hedonic* (X_3), *novelty* (X_4), *safety* (X_5), dan *beauty* (X_6) terhadap *revisit intention* (Y) di Sindu Kusuma Edupark. Berdasarkan hasil uji T diketahui bahwa nilai T hitung terbesar didapatkan oleh variabel *novelty* (X_4) sebesar $4,794 > 2,01063$ dengan $\text{sig.} 0,000 < 0,005$ sehingga H_{a2} diterima, artinya variabel *novelty* (X_4) paling berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y) di Sindu Kusuma Edupark karena SKE selalu melakukan pembaruan wahana setiap tahunnya sehingga pengunjung tidak merasa bosan. Sedangkan variabel *educational* (X_2) tidak berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y) di Sindu Kusuma Edupark karena wahana edukasi yang diberikan kurang menarik sehingga wisatawan tidak berminat.

Kata Kunci : *Customer Experience, Revisit Intention, Edupark*

ABSTRACT

In this study, the researcher took the title "Analysis of the Influence of Customer Experience on Revisit Intention in Tourist Destinations (Case Study on Sindu Kusuma Edupark)". The purpose of this study is to determine the effect of customer experience on revisit intention, as well as which customer experience variable has the most dominant influence on revisit intention at Sindu Kusuma Edupark.

This study is a quantitative study with variables namely comfort (X_1), educational (X_2), hedonic (X_3), novelty (X_4), safety (X_5), beauty (X_6) and revisit intention (Y). The sample used was 55 respondents with a sampling technique, incidental sampling. The research instrument used questionnaires and interviews, then analyzed using the F test and T test as a hypothesis test using SPSS version 25.

The results of this study indicate that based on the results of the F test, the calculated F value $>$ F table is $37,340 > 2.29$ with sig.0,000 so that H_{a1} is accepted, meaning that there is a significant influence between customer experience which consists of comfort (X_1), educational (X_2), hedonic (X_3), novelty (X_4), safety (X_5), and beauty (X_6) on revisit intention (Y) at Sindu Kusuma Edupark. Based on the results of the T test, it is known that the largest calculated T value is obtained by the novelty variable (X_4) of $4.794 > 2.01063$ with sig. 0.000 $<$ 0.005 so H_{a2} is accepted, meaning that the novelty variable (X_4) has the most influence on revisit intention (Y) at Sindu Kusuma Edupark because SKE always updates the rides every year so that visitors don't feel bored. While the educational variable (X_2) has no effect on revisit intention (Y) at Sindu Kusuma Edupark because the educational vehicle provided is less attractive so tourists are not interested.

Keywords: Customer Experience, Revisit Intention, Edupark

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai kota pariwisata, terkenal akan karakteristik dan keindahan alam, budaya, maupun buatan yang ada pada destinasiya. Inilah yang hingga saat ini terus aktif dan mampu memberikan keragaman destinasi mengesankan bagi wisatawan yang berkunjung. Berbagai tujuan destinasi wisata unggul tersebar di 1 (satu) kota madya serta 4 (empat) kabupaten antara lain, Kota Jogja, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunung Kidul dan Kabupaten Sleman.

Kabupaten Sleman merupakan salah satu kota tujuan destinasi di DIY yang potensi wisatanya terus berkembang. Terbukti dalam 5 tahun terakhir, tingkat kunjungan wisatawannya mengalami pertumbuhan yang positif. Dilansir dari *e-book* Statistik Kepariwisataaan DIY (2019:81), jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Sleman ditahun 2019 mencapai 10 juta wisatawan. Angka kunjungan tersebut merupakan kunjungan wisatawan tertinggi dibanding kabupaten lainnya yang ada di DIY dengan lebih dari 40 daya tarik wisata unggul mampu ditawarkan. Mulai dari destinasi wisata alam, destinasi wisata budaya dan destinasi wisata buatan.

Beberapa destinasi wisata yang terkenal mulai dari alam seperti, Tebing Breksi, Volcano Tour, dan Blue Lagoon kemudian dari destinasi wisata budaya yaitu Candi Prambanan, Candi Ratu Boko dan Museum Gunung Merapi. Sedangkan destinasi wisata buatanya ada Merapi Park, Wahana Air Jogja Bay, dan Sindu Kusuma Edupark. Hadirnya berbagai destinasi wisata yang ditawarkan di Sleman, menjadikan wisatawan memiliki banyak sekali referensi atau pilihan untuk berwisata sesuai dengan minat dan daya tarik serta pengalaman yang ditawarkan destinasi. Ini juga menjadikan, antar destinasi wisata saling bersaing dalam memasarkan destinasinya. Kemudian, menjadikan tingkat kunjungan antar destinasi tidak stabil. Maka, destinasi wisata perlu strategi pemasaran yang efektif, sehingga dapat terus aktif dalam menciptakan dan mempertahankan tingkat kunjungan dengan kunjungan ulang (*revisit intention*).

Ali Hasan (2015:385) menjelaskan bahwa kunjungan ulang adalah tipe wisatawan paling mungkin untuk mengunjungi destinasi secara berlanjut. Menurut New Gaik Ling (2012:3), *revisit intention* umumnya cenderung untuk merujuk kepada pengalaman wisatawan di masa lalu terhadap sesuatu tujuan. “Kebutuhan wisatawan akan pengalaman menjadi lebih dominan di kemudian hari. Pola wisatawan telah berubah dari *buying product* menjadi *buying experience*” (Hermantoro, 2011:111). Maka, salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh destinasi wisata dalam memasarkan destinasinya yaitu dengan *customer experience*.

Customer experience (pengalaman pelanggan) merupakan peristiwa yang mengikat pelanggan serta personal sebagai sesuatu yang menyenangkan, mengikat, tidak dapat dilupakan karena mengkonsumsi hal-hal yang berhubungan dengan pengalaman tersebut (Pine dan Gilmore, 2011:17). New Gaik Ling (2012:3) menyebutkan bahwa pengalaman pelanggan atau *customer experience* adalah alat yang baik untuk memprediksi perlakuan pada masa depan. Pengalaman yang diterima wisatawan di suatu destinasi secara tidak langsung akan mempengaruhi kecenderungan wisatawan untuk membuat kunjungan ulang (*revisit intention*) ke destinasi wisata tersebut ataupun tidak menurut Anderson & Sullivan et, al dalam New Gaik Ling (2012:2).

Sindu Kusuma Edupark atau yang biasa disebut SKE merupakan destinasi wisata buatan berisikan berbagai wahana dan satu-satunya *theme park* yang ada di Sinduadi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dilansir dari www.kusuma-Edupark.com di dalam Intan Putri dan Hary Hermawan (2017:2), Produk wisata yang disediakan SKE berupa wahana-wahana permainan untuk anak-anak sampai dewasa, sehingga akan memberikan hiburan bagi seluruh anggota keluarga. Terdapat 19 wahana permainan di SKE antara lain *seg way, ferrish wheel, trampoline, mini swinger, carousel, arcade game, cinema 7D*, dan lain lain. Namun, sebagai satu-satunya *themepark* yang ada di Sleman, tingkat kunjungannya tidak begitu menggemirakan seperti yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1.1 Data Kunjungan Sindu Kusuma Edupark 2018 -2019

| Tahun | Jumlah Pengunjung |
|-------|-------------------|
| 2018 | 165.283 |
| 2019 | 89.081 |

(Sumber : Data Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata dari Pemda Kab/Kota)

Oleh karena itu, Sindu Kusuma Edupark perlu mengatasi penurunan tingkat kunjungan yang terjadi dengan salah satu strategi pemasaran yaitu *customer experience*. Sehingga melalui *customer experience* yang dirasakan wisatawan yang berkunjung diharapkan dapat menciptakan atau meningkatkan kunjungan ulang (*revisit intention*) di Sindu Kusuma Edupark. Inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dan mengangkatnya dalam sebuah judul “ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DI DESTINASI WISATA” (Studi Kasus Pada Sindu Kusuma Edupark).

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara *customer experience* terhadap *revisit intention* di Sindu Kusuma Edupark?
2. Diantara keenam variabel *customer experience* manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap *revisit intention* ?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam serta fokus dan tidak melebar, maka peneliti memberi batasan pada konsep *customer experience* yang terdiri dari dimensi *comfort* (kenyamanan), *educational* (edukasi), *hedonic* (kesenangan), *novelty* (hal baru), *safety* (keamanan), dan *beauty* (keindahan) yang mempengaruhi *revisit intention* di Sindu Kusuma Edupark.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di Sindu Kusuma Edupark.
2. Untuk mengetahui apakah variabel *customer experience* yaitu *novelty* paling berpengaruh terhadap *revisit intention* di Sindu Kusuma Edupark.

E. Manfaat Penelitian

Sedangkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan atau referensi untuk penelitian yang relevan di masa yang akan datang.

2. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukan dalam menentukan strategi pengembangan dan pemasaran yang tepat di Sindu Kusuma Edupark.

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bekal peneliti dalam pengembangan dan pengetahuan di masa yang akan datang.