

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan data-data di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima yaitu *Memorable Tourism Experience* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Tepian Sungai Mahakam yang menggunakan kapal wisata. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $10,174 > 2,10$ dengan nilai sig sebesar 0,000.
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima yaitu Variabel *novelty* yaitu kebaruan atau keunikan dari skala pengukuran *memorable tourism experience* lebih mendominasi dalam mempengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan di Tepian Sungai Mahakam yang menggunakan kapal wisata. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan t hitung 5,200 lebih besar dari t tabel 1,985 dan tingkat signifikansinya menunjukkan 0,00 lebih kecil dari 0,05.
3. Secara keseluruhan hasil penelitian ini menyatakan Kapal wisata dikawasan Tepian Sungai Mahakam mampu memberikan pengalaman yang berkesan hingga menimbulkan keinginan untuk berkunjung ulang dimasa yang akan datang. Hal ini dibuktikan melalui hasil variabel *hedonism, local culture, refreshment, meangningfull,*

involvement, dan *knowledge* dari skala pengukuran *memorable tourism experience* secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan ulang walau tidak sebesar signifikansi variabel *novelty*.

4. Variabel *novelty* menjadi dominan pengaruhnya pada minat kunjungan ulang menurut analisis peneliti hal ini didukung oleh wisatawan dapat memilih beberapa rute dan beberapa kapal wisata dengan interior yang berbeda-beda sehingga wisatawan tetap memiliki keinginan menggunakan kembali kapal wisata untuk berlibur.

B. Saran

1. Bagi pengelola Kapal Wisata di Kawasan Tepian Sungai Mahakam.
 - a. Mengoptimalkan keunikan yang dimiliki serta memberikan pengetahuan baru dengan membuat *barcode* di setiap meja yang jika di scan akan terbuka sebuah website dengan isi informasi tentang sejarah nama Kota Samarinda yang terkait dengan Sungai Mahakam dan informasi tentang Sungai Mahakam serta sejarah *landmark* yang di lewati seperti kantor gubernur, jembatan Mahakam Kota, dan lainnya.
 - b. Menambah keragaman rute serta terus berinovasi melakukan pembaharuan interior untuk tetap mempertahankan wisatawan mendapatkan pengalaman yang berbeda setiap berkunjung kembali.

- c. Mempertahankan sikap ramah dan memberikan rasa nyaman pada para wisatawan.
 - d. Mengoptimalkan fasilitas dan menambah akvitas yang lebih kreatif didalam kapal wisata seperti menyediakan beberapa permainan ringan atau tradisional.
 - e. Menambah menu makanan dengan makanan tradisional Kota Samarinda seperti nasi kuning, amplang, dan lainnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya
- a. Hambatan yang dialami dan perlu diperhatikan oleh peneliti selanjutnya adalah refrensi yang digunakan, karena teori *memorable tourism experience* telah banyak di kembangkan dan lebih dominan menggunakan bahasa asing atau di luar Indonesia .
 - b. Melakukan *pre-survey* dengan wawancara dan observasi untuk memastikan bahwa obyek penelitian telah sesuai dengan teori *memorable tourism experience*.
 - c. Mengembangkan teknik pengumpulan data dengan cara menambah metode wawancara sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah, Djam'an Satori (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta..
- Amsal, A.A. dan Mahardika, H. 2017. *Pendekatan Experience Economy Pada Pemasaran Festival Pariwisata: Pengaruh Terhadap Kepribadian Festival Yang Dirasakan Pegunjung Dan Reputasi Festival*. MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume VII, No. 2, Juni 2017.
- Afifah, Yosi Suryani, dan Ranti Komala Dewi. 2018. "Implementasi Memorable Tourism Experience Scale Pada Wisatawan yang Berkunjung Ke Objek Wisata kota padang."
- Al Hazmi, N. N. (2019). *Minat Kunjungan Kembali Dengan Pendekatan Memorable Tourism Experiences (MTEs) di Wisata Seribu Batu Songgo Langit Kabupaten Bantul Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Balai Pustaka. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Jakarta. 1090 hal. ; 25 cm. (Seri BP no. 3658).
- Efitri, Z. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Memorable Tourism Experience yang Berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Pulau Sirandah (Survei pada Wisatawan Lokal)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang : UNDIP.
- _____ 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____, (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 23. Semarang : Badan Penerbit.
- _____ 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* 23. Semarang: Badan Penerbit –Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Hary. (2018). *Metode Kuantitatif untuk Riset Bidang Kepariwisataaan*. Open Scienc Framework

- Hermawan, Hary. (2021) “*Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglanggeran*”. *Media Wisata*, vol. 15, no. 1,
- Huang, Yung-Chuan; Chih-Hsing Sam Liu, 2017: *Moderating and mediating roles of environmental concern and ecotourism experience for revisit intention*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., dan McCormick, B. (2012). “*Development of a scale to measure memorable tourism experiences*”. *Journal of Travel Research*, Vol.51 No.1, pp. 12–25.
- Kim, J.-H., & Ritchie, J. R. B. (2013). *Cross-Cultural Validation of a Memorable Tourism Experience Scale (MTES)*. *Journal of Travel Research*, 53(3), 323–335. doi:10.1177/0047287513496468
- Kim, J.-H. (2014). “*The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences.*” *Tourism Management*, 44, 34–45.
- Mei, X.Y. 2014. *Boring and expensive: The challenge of developing experience-based tourism in the Inland region, Norway*. *Tourism Management Perspectives*, Vol.12, pp. 71–80.
- Musa, B.G., Najmin, S., Thirumoorthi, T dan Taha, A.Z. 2017. *Examining visitors’ experience with Batu Cave, using the four realm experiential theory*. *International Journal of Tourism Cities*, <https://doi.org/10.1108/IJTC-10-2016-0037>.
- Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Park, S dan Santos, C.A. 2017. *Exploring the Tourist Experience: A Sequential Approach*. *Journal of Travel Research* 56(1):16–27
- Pine, B. Joseph dan James H. Gilmore (1998). “*The experience economy: work is theatre and every business a stage*”. *Harvard Business Review*, July/August, pp. 97-105.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang kepariwisataan. Direktorat Jenderal Pariwisata : Jakarta
- Shafira, A. (2018). *Pengaruh Memorable Tourism Experience (MTE) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Di Saung Angklung Udjo*. (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2011). *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2013. *Metode Penelitian kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____.2015. *Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhartapa, S., & Sulisty, A. (2021). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Wisatawan Terhadap Minat Kunjung Ulang di Pantai Baru Yogyakarta. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 115-122.
- Yutika, R. (2020). *Pengaruh Memorable Tourism Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Kawasan Wisata Lembang* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Zhang,H., Wu,Y., Buhalis,D.,(2018.)*A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention*, Journal of Destination Marketing & Management, Volume 8, June 2018, Pages 326-336

LAMPIRAN

Kuisisioner

HUBUNGAN MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE DAN MINAT
KUNJUNGAN ULANG WISATAWAN DI TEPIAN SUNGAI MAHAKAM DI
KOTA SAMARINDA

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya, Imelta Agata Krawing mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Dalam rangka menyusun skripsi saya dengan judul “Hubungan *Memorable Tourism Experience* dan Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Di Tepian Sungai Mahakam Di Kota Samarinda”, saya berharap responden yang pernah berkunjung atau menikmati atraksi wisata menyusuri Sungai Mahakam di Kawasan Tepian Sungai Mahakam Kota Samarinda menggunakan Kapal Wisata dapat memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan sebagai data pendukung penelitian skripsi, atas ketersediaan saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Imelta Agata Krawing Anselmus Tatang

Kuisisioner penelitian :

Hubungan *Memorable Tourism Experience* Dan Minat Kunjungan Ulang
Wisatawan Di Tepian Sungai Mahakam Di Kota Samarinda.

Berilah tanda silang (X)sesuai dengan jawaban yang anda pilih.

Identitas Responden :

1. Jenis Kelamin : Pria Wanita
2. Usia` :
3. Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA/SMK Sarjana
4. Apakah anda pernah mengunjungi atraksi menyusuri sungai sebelumnya ?
 Sudah Belum Pernah
5. Apakah anda berasal dari Kota Samarinda ?
 Iya ,saya dari samarinda Tidak, saya dari

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan, pendapat, dan perasaan anda sebenarnya.

Keterangan : SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Hedonism					
1.	Saya merasa gembira / senang dengan wisata menyusuri Sungai Mahakam ini.				
2.	Saya menikmati dengan sangat baik atraksi wisata menyusuri Sungai Mahakam ini.				
Novelty					
3.	Aktivitas wisata menyusuri Sungai Mahakam ini berbeda dari pengalaman liburan saya sebelumnya.				
4.	Aktivitas wisata menyusuri Sungai Mahakam ini merupakan adalah pengalaman unik bagi saya.				
Local Culture					
5.	Aktivitas wisata menyusuri Sungai Mahakam ini memiliki pelayanan yang baik & ramah terhadap wisatawan.				
6.	Saya mendapat kesan yang baik dengan masyarakat disekitar / pemandu aktivitas wisata menyusuri Sungai Mahakam.				
Refreshment					
7.	Saya merasa melepaskan penat/kejenuhan saya selama menyusuri Sungai Mahakam ini.				
8.	Saya merasa menikmati udara yang sejuk selama menyusuri Sungai Mahakam ini.				
Meaningfull					
9.	Saya merasa menghabiskan waktu yang berkualitas selama menyusuri Sungai Mahakam ini.				
10.	Saya merasa mendapatkan sesuatu yang berarti / sebuah edukasi saat berlibur dengan menyusuri Sungai Mahakam ini.				
Involvement					
11.	Saya merasa terlibat dengan dapat memilih aktivitas wisata yang benar-benar ingin saya kunjungi atau lakukan selama menyusuri				

	Sungai Mahakam ini.				
12.	Saya merasa akan terlibat berpartisipasi dalam memperhatikan keberlangsungan sejenis wisata susur Sungai Mahakam ini.				
Knowledge					
13.	Saya merasa memperoleh banyak pengetahuan selama liburan saya dengan menyusuri Sungai Mahakam ini.				
14.	Saya merasa mengetahui kebudayaan baru selama liburan saya dengan menyusuri Sungai Mahakam ini.				
Revisit Intention					
15.	Saya akan kembali memilih berwisata menyusuri Sungai Mahakam ini lagi dimasa mendatang.				
16.	Saya akan kembali berlibur dengan menyusuri Sungai Mahakam ini dalam waktu dekat.				

Dengan ini saya menyatakan bahwa semua data yang saya berikan adalah benar dan saya bersedia bertanggungjawabkan apabila terdapat ketidaksesuaian.

Ya

Tidak

Hasil Olah Data SPSS

Hasil Uji Validitas dari SPSS

		Correlations																	
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	Item_12	Item_13	Item_14	Item_15	Item_16	Skor_total	
Item_1	Pearson Correlation	1	.757**	.267**	.323**	.492**	.383**	.440**	.529**	.525**	.551**	.177	.172	.333**	.420**	-.010	-.056	.571**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.007	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.078	.086	.001	.000	.923	.583	.000
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson Correlation	.757**	1	.321**	.366**	.394**	.342**	.463**	.539**	.445**	.581**	.199	.152	.313**	.376**	.065	-.020	.586**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.047	.132	.002	.000	.523	.845	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson Correlation	.267**	.321**	1	.672**	.209*	.211*	.429**	.359**	.226*	.396**	.370**	.167	.400**	.492**	.343**		.337**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.007	.001		.000	.038	.035	.000	.000	.022	.000	.000	.096	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson Correlation	.323**	.366**	.672**	1	.200*	.234*	.385**	.335**	.291**	.325**	.331**	.216*	.469**	.444**	.521**		.457**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.047	.019	.000	.001	.003	.001	.001	.031	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_5	Pearson Correlation	.492**	.394**	.209*	.200*	1	.635**	.409**	.335**	.425**	.484**	.481**	.601**	.488**	.352**	.096	.278**	.637**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.038	.047		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.346	.005	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	
Item_6	Pearson Correlation	.383**	.342**	.211*	.234*	.635**	1	.612**	.404**	.496**	.541**	.571**	.540**	.402**	.414**	.329**	.352**	.702**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.035	.019	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_7	Pearson Correlation	.440**	.463**	.429**	.385**	.409**	.612**	1	.561**	.545**	.601**	.524**	.370**	.481**	.547**	.274**	.265**	.749**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.008	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_8	Pearson Correlation	.529**	.539**	.359**	.335**	.335**	.404**	.561**	1	.393**	.356**	.329**	.377**	.307**	.465**	.263**	.084	.626**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.002	.000	.008	.404	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_9	Pearson Correlation	.525**	.445**	.228*	.291**	.425**	.496**	.545**	.393**	1	.649**	.433**	.501**	.474**	.480**	.312**	.190	.694**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.022	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.059	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_10	Pearson Correlation	.551**	.581**	.396**	.325**	.484**	.541**	.601**	.356**	.649**	1	.439**	.432**	.474**	.569**	.190	.279**	.745**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.059	.005	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_11	Pearson Correlation	.177	.199*	.370**	.331**	.481**	.571**	.524**	.329**	.433**	.439**	1	.533**	.467**	.443**	.278**	.471**	.679**	
	Sig. (2-tailed)	.078	.047	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.005	.000	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_12	Pearson Correlation	.172	.152	.167	.216*	.601**	.540**	.370**	.377**	.501**	.432**	.533**	1	.420**	.372**	.306**	.313**	.610**	
	Sig. (2-tailed)	.086	.132	.096	.031	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.001	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_13	Pearson Correlation	.333**	.313**	.400**	.469**	.488**	.402**	.481**	.307**	.474**	.474**	.467**	.420**	1	.747**	.270**	.395**	.718**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.007	.000	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_14	Pearson Correlation	.420**	.376**	.492**	.444**	.352**	.414**	.547**	.465**	.480**	.569**	.443**	.372**	.747**	1	.196	.284**	.732**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.050	.004	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_15	Pearson Correlation	-.010	.065	.343**	.521**	.096	.329**	.274**	.263**	.312**	.190	.278**	.306**	.270**	.196	1	.589**	.515**	
	Sig. (2-tailed)	.923	.523	.000	.000	.346	.001	.006	.008	.002	.059	.005	.002	.007	.050		.000	.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_16	Pearson Correlation	-.056	-.020	.337**	.457**	.278**	.352**	.265**	.084	.190	.279**	.471**	.313**	.395**	.284**	.589**	1	.531**	
	Sig. (2-tailed)	.583	.845	.001	.000	.005	.000	.008	.404	.059	.005	.000	.001	.000	.004	.000		.000	
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Skor_total	Pearson Correlation	.571**	.586**	.621**	.660**	.637**	.702**	.749**	.626**	.694**	.745**	.679**	.610**	.718**	.732**	.515**	.531**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reabilitas Variabel MTE

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,932	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	41,90	24,645	,712	,926
X1.2	41,83	24,833	,651	,928
X2.1	41,93	25,789	,591	,930
X2.2	42,07	25,651	,630	,929
X3.1	42,03	25,137	,707	,926
X3.2	42,07	24,685	,728	,926
X4.1	41,93	25,030	,763	,925
X4.2	41,83	24,833	,651	,928
X5.1	42,20	24,924	,643	,928
X5.2	42,03	24,309	,772	,924
X6.1	42,03	25,689	,504	,933
X6.2	42,10	24,852	,731	,926
X7.1	42,07	24,547	,756	,925
X7.2	42,00	24,621	,685	,927

Uji Realibitas Revisit Intention

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	3,07	,340	,781	.
Y.2	3,13	,189	,781	.

Uji Validitas Minat Kunjungan Ulang

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
hedonism	41,74	22,982	,595	,903
hedonism	41,79	23,077	,586	,904
novelty	41,86	22,606	,515	,908
novelty	41,75	22,795	,525	,907
localculture	42,03	23,302	,610	,903
localculture	42,02	22,848	,641	,902
refreshment	41,90	22,717	,725	,899
refreshment	41,77	23,027	,591	,903
meaningfull	42,04	22,726	,659	,901
meaningfull	42,06	22,118	,724	,898
involment	42,07	22,692	,592	,903
involment	42,10	23,343	,534	,905
knowledge	42,12	22,491	,659	,901
knowledge	42,09	21,881	,701	,899

Uji Analisis deskriptif MTE

HedonismX1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	45	45,0	45,0	45,0
	Setuju	54	54,0	54,0	99,0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

HedonismX1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	38	38,0	38,0	38,0
	Setuju	61	61,0	61,0	99,0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Novelty X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	42	42,0	42,0	42,0
	Setuju	48	48,0	48,0	90,0
	Tidak Setuju	10	10,0	10,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Novelty X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	49	49,0	49,0	49,0
	Setuju	45	45,0	45,0	94,0
	Tidak Setuju	6	6,0	6,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Local Culture X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	19	19,0	19,0	19,0
	Setuju	77	77,0	77,0	96,0
	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Local Culture X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	22,0
	Setuju	72	72,0	72,0	94,0
	Tidak Setuju	6	6,0	6,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Rfreshment X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	29	29,0	29,0	29,0
	Setuju	70	70,0	70,0	99,0
	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Rfreshment X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	42	42,0	42,0	42,0
	Setuju	57	57,0	57,0	99,0

	Tidak Setuju	1	1,0	1,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Meaningfull X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	22,0
	Setuju	71	71,0	71,0	93,0
	Tidak Setuju	7	7,0	7,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Meaningfull X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	21	21,0	21,0	21,0
	Setuju	69	69,0	69,0	90,0
	Tidak Setuju	10	10,0	10,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Involment X6.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	21	21,0	21,0	21,0
	Setuju	67	67,0	67,0	88,0
	Tidak Setuju	12	12,0	12,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Involment X6.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	17	17,0	17,0	17,0
	Setuju	74	74,0	74,0	91,0
	Tidak Setuju	9	9,0	9,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Knowledge X7.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	17	17,0	17,0	17,0
	Setuju	73	73,0	73,0	90,0
	Tidak Setuju	9	9,0	9,0	99,0
	Sangat Tidak Setuju	1	1	1	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Knowledge X7.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	23	23,0	23,0	23,0
	Setuju	63	63,0	63,0	86,0
	Tidak Setuju	14	14,0	14,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Hasil Analisis Deskriptif Minat Kunjungan Ulang

Revisit Itention Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	38	38,0	38,0	38,0
	Setuju	57	57,0	57,0	95,0
	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	100,0
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Revisit Itention Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	29	29,0	29,0	29,0
	Setuju	50	50,0	50,0	79,0
	Tidak Setuju	20	20,0	20,0	99,0
	Sangat Tidak Setuju	1	1	1	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,207	,890		2,480	,015		
Hedonism	-,577	,152	-,457	-3,787	,000	,421	2,376
Novelty	,536	,103	,506	5,200	,000	,646	1,548
Local_culture	,320	,174	,230	1,846	,068	,395	2,529
Refreshment	,051	,163	,037	,315	,754	,447	2,235
Meaningfull	,248	,158	,198	1,570	,120	,386	2,590
Involvement	,124	,167	,096	,742	,460	,368	2,714
Knowledge	-,037	,125	-,032	-,293	,771	,498	2,009

a. Dependent Variable: Revisit_Itention

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,289	,511		,566	,573
Hedonism	,172	,088	,290	1,968	,052
Novelty	,126	,059	,253	2,122	,037
Local_culture	-,256	,100	-,390	-2,562	,012
Refreshment	-,061	,094	-,094	-,655	,514
Meaningfull	-,119	,091	-,201	-1,304	,195
Involvement	,180	,096	,296	1,876	,064
Knowledge	,007	,072	,014	,100	,921

a. Dependent Variable: ABS_RES.Revisit.Itention

Uji Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,661 ^a	,436	,393	,948

a. Predictors: (Constant), Knowledge, Hedonism, Involvement, Novelty, Refreshment, Local_culture, Meaningfull

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64,033	7	9,148	10,174	,000 ^b
	Residual	82,717	92	,899		
	Total	146,750	99			

a. Dependent Variable: Revisit_Itention

b. Predictors: (Constant), Knowledge, Hedonism, Involvement, Novelty, Refreshment, Local_culture, Meaningfull

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,207	,890		2,480	,015
Hedonism	-,577	,152	-,457	-3,787	,000
Novelty	,536	,103	,506	5,200	,000
Local_culture	,320	,174	,230	1,846	,068
Refreshment	,051	,163	,037	,315	,754
Meaningfull	,248	,158	,198	1,570	,120
Involvement	,124	,167	,096	,742	,460
Knowledge	-,037	,125	-,032	-,293	,771

a. Dependent Variable: Revisit_Itention

Lembar Bimbingan



NAMA MAHASISWA : IMELTA AGATA KRAWING AT
 NO. MAHASISWA : 517100906
 JUDUL PENELITIAN : PENGARUH MEMORABLE TOURISM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN PADA ATRAKSI MENYUSURI SUNGAI MAHARAJA DI KOTA SAMARINDA.

NAMA PEMBIMBING I : NIKASUS JONET SINANGOTO, S. Sos, M. Si.

NAMA PEMBIMBING II : ARIF DWI SAPUTRA, SS, MM

NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	14/6/23	Amatirni Latar belakang	[Signature]				
2	15/6/23	Gap. masalah. Tema	[Signature]	2/9-23	kebaikan penerse		
3	16/6/23	Tema. diperkegas: MTE: minat berkunjung ulang	[Signature]		kead		[Signature]
4	17/6/23	Penyusunan, hipotesis, kerangka pikir.	[Signature]		yang bisa & kead		[Signature]
5	18/6/23	Definisi operasional / definisi konseptual.	[Signature]	13/9-23	DT model		[Signature]
6	23/8/23	Amaket (master-)	[Signature]		keg awal par-		
7	14/8/23	Pengertian. 'keterkaitan	[Signature]		yang mungkin		
8	25/8/23	kepast - waktu	[Signature]		kead an		[Signature]
9	4/9/23	alat analisis (uji)	[Signature]	8/12-23	kead an		[Signature]
10	2/9/23	Daftar pustaka	[Signature]		kead an		[Signature]
11	16/9/23	APA format	[Signature]				[Signature]

