



## Pengaruh *Tourist Experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Istano Basa Pagaruyung

Tantry Pramudhita<sup>1</sup>, Nidia Wulansari<sup>2</sup>, Hendri Azwar<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Padang

<sup>2</sup>Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup>Universitas Negeri Padang

Email: [tantrypramudhita05@gmail.com](mailto:tantrypramudhita05@gmail.com)

### ABSTRAK

Faktor yang paling dominan dalam seseorang untuk berkunjung kembali ke suatu objek wisata adalah pengalaman yang mengesankan. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh *Tourist Experience* di Istano Basa Pagaruyung. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survey dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan jumlah sampel sebanyak 204 responden berdasarkan rumus Jacob Cohen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan alat hitung SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 27. Variabel yang difokuskan pada penelitian ini adalah *Tourist Experience* (variabel X) dan *Revisit Intention* (variabel Y). Hasil penelitian yaitu *Tourist Experience* termasuk dalam kategori cukup dengan mean 60,02 perhitungan statistik berada pada klasifikasi 53,335-<64,004 memiliki perentase 46% dan *Revisit Intention* termasuk pada dalam kategori cukup dengan mean 48,37 perhitungan statistik pada klasifikasi 43,335- <52,004 memiliki 58%. Dalam penelitian membuktikan bahwa antar kedua variabel terdapat dampak yang signifikan antara *tourist experience* dan *revisit intention* di Istano Basa Pagaruyung sebesar 32% sementara sisanya di pengaruhi oleh variabel lainnya. Kata kunci: *Tourist Experience*, *Revisit Intention*

**Kata kunci:** *Tourist Experience*, *Revisit Intention*.

*The most dominant factor in someone's return to a tourist attraction is a memorable experience. The purpose of this study is to determine and describe the effect of Tourist Experience at Istano Basa Pagaruyung. This study uses quantitative research with a survey method with a sampling technique using purposive sampling and a sample size of 204 respondents based on the Jacob Cohen formula. The data collection technique in this study used a questionnaire with a Likert scale that had been tested for validity and reliability. The data that has been collected is analyzed using simple linear regression analysis with the help of SPSS (Statistic Product and Service Solution) version 27. The variables focused on in this study are Tourist Experience (variable X) and Revisit Intention (variable Y). The results of the study are Tourist Experience is included in the sufficient category with a mean of 60.02 statistical calculations are in the classification of 53.335-<64.004 has a percentage of 46% and Revisit Intention is included in the sufficient category with a mean of 48.37 statistical*

calculations in the classification of 43.335-<52.004 has 58%. The study proves that between the two variables there is a significant impact between tourist experience and revisit intention at Istano Basa Pagaruyung by 32% while the rest is influenced by other factors.

**Keyword : Tourist Experience, Revisit Intention.**

---

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor perekonomian yang strategis dan memberikan manfaat dalam meningkatkan pendapatan negara. Berbagai usaha pariwisata di Indonesia kian bermunculan seiring meningkatnya minat masyarakat untuk berwisata. Studi pariwisata telah banyak berfokus pada masalah dari niat berkunjung kembali untuk memahami mengapa pengunjung ingin mengunjungi kembali tujuan yang sama [1]. Beberapa penelitian dalam memahami alasan pengunjung melakukan *revisit intention* dilihat dari sudut pandang pemasaran, destinasi wisata harus terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pengunjung yang berbeda [2].

*Revisit intention* merupakan salah satu masalah mendasar bagi pengelola destinasi karena pengunjung berulang dapat memberikan lebih banyak pendapatan dan meminimalkan biaya promosi [3]. *Revisit intention* dianggap penting karena dapat menyebabkan peningkatan keberlanjutan destinasi dan pelestarian sosial budaya setempat sehingga dapat mempertahankan destinasi tersebut [4]. Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Ayuningtyas, A. N. (2019) “ Pengaruh *Tourist Experience* Terhadap *Revisit Intention* (survey Terhadap Wisatawan Nusantara di Gunung Galunggung Tasikmalaya) menyatakan bahwa pengalaman pengunjung berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali [5]. Merujuk pada hasil penelitian sebelumnya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi variabel *revisit intention* salah satunya adalah *tourist experience*.

Pengalaman berwisata yang positif merupakan faktor penentu utama dari perilaku pengunjung pasca perjalanan yang mempengaruhi perilaku masa depan sebagai niat untuk berkunjung kembali [6]. mendefinisikan *Tourist Experience* sebagai pengalaman personal, menggambarkan aspek yang dapat dinyatakan, baik secara jelas ataupun tidak, memberikan dampak dari keunikan dan pengalaman yang mengesankan [7].

Bagi Istano Basa Pagaruyung, penting bagi mereka untuk memastikan *revisit intention* (keinginan untuk kembali) melalui *tourist experience* (pengalaman pengunjung) penting bagi Istano Basa Pagaruyung untuk fokus penyediaan pengalaman wisata yang mengesankan, mulai dari menyediakan informasi yang jelas tentang sejarah dan budaya lokal, hingga fasilitas yang memadai dan program-program yang menarik bagi pengunjung, memastikan kenyamanan, keamanan, dan memperkaya pengalaman pengunjung dengan berbagai aktivitas dan informasi yang relevan adalah kunci untuk meningkatkan *revisit intention*.

## METODOLOGI

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan pengumpulan data misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen) [8]. Sampel yang digunakan yaitu pengunjung yang pernah berkunjung di Istano Basa Pagaruyung sebanyak 204 responden. Penelitian ini menggunakan angket dalam mengumpulkan data dengan menggunakan skala likert yang berjumlah 29 pernyataan yang sudah melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Data ditabulasikan dan dideskripsikan menggunakan klasifikasi skor variabel Mi-Sdi [9]. Selanjutnya dilakukan uji analisis berupa uji normalitas, uji homogenitas dan linearitas sebagai persyaratan pengujian hipotesis analisis regresi linear sederhana. Pengujian hipotesis yang memakai teknik analisis regresi linear sederhana.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil

#### Deskripsi Data Variabel

Variabel *Tourist Experience* terdiri dari 16 item pernyataan yang sebelumnya telah diuji validitas dan reliabilitas. Berikut hasil penelitian *Tourist Experience*.

**Tabel 1. Deskripsi Variabel *Tourist Experience* (X)**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	$\geq 64,005$	68	33%
<b>Baik</b>	<b>53,335 - 64,004</b>	<b>94</b>	<b>46%</b>
Cukup Baik	42,665 - 53,334	37	18%
Buruk	31,995 - 42,664	5	2%
Sangat Buruk	$<31,995$	0	0
<b>TOTAL</b>		<b>204</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan tabel diatas skor tertinggi untuk variabel *tourist experience* terletak pada rentang 53,335-64,004 yang memiliki frekuensi 94 (46%) yang berarti *tourist experience* yang diberikan Istano Basa Pagaruyung kepada pengunjung tergolong dalam kategori baik.

Variabel *revisit intention* terdiri dari 13 pernyataan yang sebelumnya telah diuji validitas dan reliabilitas, Selanjutnya pernyataan tersebut diberikan pada 204 responden. Berikut hasil variabel

**Tabel 2. Deskripsi data variabel *Revisit Intention* (Y)**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	$\geq 52,005$	49	24%
<b>Baik</b>	<b>43,335-52,004</b>	<b>118</b>	<b>58%</b>
Cukup Baik	34,665 - 43,334	32	16%
Buruk	25,995- 34,664	4	2%
Sangat buruk	25,995	1	0%
<b>Total</b>		<b>204</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan tabel diatas skor tertinggi untuk variabel *revisit intention* terletak pada rentang 43,335-52,004 yang memiliki frekuensi 118 (58%) yang berarti *revisit intention* yang diberikan Istano Basa Pagaruyung kepada pengunjung tergolong dalam kategori baik.

#### Uji Persyaratan Analisis

##### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk Uji distribusi normal dalam model regresi, apakah variabel pengganggu atau residual mematuhi distribusi normal, dan menilai apakah residual berdistribusi normal dengan analisis grafis dan analisis statistic. Pada penelitian ini, untuk menguji uji normalitas digunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3. Hasil uji normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			204
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.87094111
Most Extreme Differences	Absolute		.035
	Positive		.031
	Negative		-.035
Test Statistic			.035
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.		.809
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.798
		Upper Bound	.819
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Dalam hasil uji normalitas, ditemukan nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$ . Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

### Uji homogenitas

Dalam penelitian ini taraf nilai signifikan untuk dinyatakan data dari populasi dengan memiliki varian sama atau data homogen adalah  $\geq 0.05$ .

**Tabel 4. Test of Homogeneity of Variances**

Tests of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X/Y	Based on Mean	1.340	31	166	.124
	Based on Median	.814	31	166	.745
	Based on Median and with adjusted df	.814	31	112.580	.740
	Based on trimmed mean	1.279	31	166	.165

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan hasil analisis uji homogenitas pada table di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,105$ . Maka data dinyatakan  $0,124 > 0,05$  dan dapat diambil kesimpulan bahwa data berasal dari populasi yang mempunyai varian sama atau data bersifat homogen.

## Uji Linearitas

**Tabel 5. Anova tabel**

ANOVA Table					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
y * x Between (Combined) Groups	2037.485	36	56.597	3.843	.000
Linearity	1454.970	1	1454.970	98.802	.000
Deviation from Linearity	582.515	35	16.643	1.130	.299
Within Groups	2459.275	167	14.726		
Total	4496.760	203			

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan hasil uji linearitas diatas diperoleh nilai sig. 0,299 dengan taraf signifikansi  $\geq 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel *tourist experience* (X) *revisit intention* (Y).

### Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear dilakukan dengan *Tourist Experience* (X) sebagai variabel independe(bebas), serta *Revisit Intention* (Y) sebagai variabel dependen (terikat).

**Tabel 6. Regression result ANOVA**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1454.970	1	1454.970	96.622	.000 <sup>b</sup>
Residual	3041.790	202	15.058		
Total	4496.760	203			

a. Dependent Variable: y  
b. Predictors: (Constant), x<sup>1</sup>

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

**Tabel 7. Uji Regresi Koefisien Regresi**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	22.841	1.965		11.627	.000
	<i>Tourist experience X</i>	.319	.032	.569	9.830	.000
a. Dependent Variable: y ( <i>revisit intention</i> )						

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Selanjutnya berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diatas diperoleh nilai F 96.622 dengan sig. 0,000 ≤ 0,05 dan diperoleh nilai t 11,627 dengan taraf sig. 0,000 < 0,05, artinya variabel *tourist experience* (X) terhadap *revisit intention* (Y) berpengaruh secara signifikan. Maka hipotesis penelitian diterima. Persamaan regresi yang dapat disusun dari hasil diatas adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b X \text{ maka } Y = 22,841 + 0,319 X$$

Berdasarkan persamaan diatas diperoleh koefisien regresi sebesar 0,319 dengan nilai sig. 0.000 < 0.05. Artinya setiap peningkatan sebesar 0,319 satuan *tourist experience* akan meningkatkan 0,319 satuan *revisit intention*. Hasil analisis menunjukkan bahwa *tourist experience* cenderung meningkatkan *revisit intention*.

**Tabel 8. R Square**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 <sup>a</sup>	.324	.320	3.881
a. Predictors: (Constant), x				

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan tabel diatas, R square = 0,324 artinya kontribusi atau pengaruh variabel *tourist experience* terhadap *revisit intention* adalah 32% sedangkan 68% dipengaruhi oleh faktor lain.

## B. Pembahasan

### 1. Tourist Experience

Dilihat dari 3 indikator yaitu *entertainment*, *educational*, *escapist*, dan *esthetic* menunjukkan kategori baik. Ini menunjukkan bahwa secara umum responden pada penelitian ini pengunjung merasakan pengalaman yang mengesankan dari kunjungan mereka ke Istano Basa Pagaruyung. Destinasi wisata biasanya memiliki daya tarik tertentu, seperti pemandangan alam yang indah, situs sejarah, kehidupan malam yang ramai, atau kegiatan petualangan. Pengalaman wisatawan bisa dipengaruhi oleh sejauh mana daya tarik tersebut sesuai dengan minat dan ekspektasi mereka.

### 2. Revisit Intention

Dilihat dari 3 minat transaksional, minat referensi kunjungan, minat preferensial kunjungan, minat eksploratif secara keseluruhan menunjukkan persentase 58% pada kategori baik. Istano Basa Pagaruyung memiliki daya tarik yang kuat bagi pengunjung. Mereka memiliki minat yang seimbang dan beragam menunjukkan bahwa daya tarik wisata ini berhasil memenuhi berbagai preferensi dan ekspektasi pengunjung.

### 3. Pengaruh Tourist Experience Terhadap Revisit Intention

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* pada Istano Basa Pagaruyung yang dilakukan dengan bantuan SPSS versi 27.00, diperoleh hasil persamaan koefisien regresi sebesar 0,319 dengan nilai sig.  $0.000 < 0.05$ . Artinya setiap peningkatan sebesar 0,319 satuan *tourist experience* akan meningkatkan 0,319 satuan *revisit intention*. Maka variabel *tourist experience* (X) berpengaruh terhadap variabel *revisit intention* (Y) Kemudian diperoleh nilai R square = 0,32 artinya kontribusi atau pengaruh variabel *tourist experience* (X) terhadap *revisit intention* (Y) adalah 32 % sedangkan 68% dipengaruhi oleh faktor lain Jadi, berdasarkan pemaparan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara *tourist experience* terhadap *revisit intention* secara signifikan, dimana setiap terjadinya peningkatan *tourist experience* yang baik dari pengunjung maka dapat meningkatkan *revisit intention* Istano Basa Pagaruyung.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Pengaruh *Tourist Experience* Terhadap *Revisit Intention* di Istano Basa Pagaruyung dengan 204 responden. Hasil Pengaruh *Tourist Experience* Terhadap *Revisit Intention* di Istano Basa Pagaruyung dapat dilihat sebagai berikut.

1. *Tourist Experience* di Istano Basa Pagaruyung menunjukan secara keseluruhan dengan nilai persentase sebesar 46% dengan kategori baik
2. *Revisit Intention* di Istano Basa Pagaruyung menunjukan secara keseluruhan dengan dengan nilai persentase sebesar 58% dengan kategori baik
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* di Istano Basa Pagaruyung dengan nilai R square = 0,32. Artinya pengaruh variabel *tourist experience* (X) terhadap *revisit intention* (Y) sebesar 32 % sedangkan 68% dipengaruhi oleh faktor lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Meleddu, R. Paci, and M. Pulina, "Repeated behaviour and destination loyalty," *Tour. Manag.*, vol. 50, pp. 159–171, 2015.
- [2] E. Y. T. Chew and S. A. Jahari, "No Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan," *Tour. Manag.*, vol. 40, pp. 382–392, 2014.
- [3] P. Duk Byeong and Y. Yoo-Shik, "Segmentation by Motivation in Rural Tourism: A Korean Case Study," *Tour. Manag.*, vol. 30, pp. 99–108, 2009.
- [4] H. Bulus and E. M. Samdi, "Discriminant Analysis of Tourist Revisit-Intention for Effective Marketing of Ecotourism Destinations in Plateau State," *J. Math.*, vol. 12, pp. 63–70, 2016.
- [5] A. N. Ayuningtyas, *PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA 2019*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Repository, 2019.
- [6] L.-L. Chang, K. F. Backman, and Y. C. Huang, "Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention," *Intern. J. Cult. Tour. Hosp. Res.*, vol. 8, pp. 401–419, 2014.
- [7] M. R. Mateos, *El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural*. Córdoba: Universidad de Córdoba. Cátedra Intercultural, 2013.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [9] S. Arikunto, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.