

## **ANALISIS FAKTOR *MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE* DI DESA WISATA EDUKASI CISAAT**

Vanida Septiana<sup>1\*)</sup>, Shinta Doriza<sup>1</sup>, Nurlaila Abdullah Mashabi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur  
13220, Indonesia

<sup>\*)</sup>E-mail: [vanidaseptiana2015@gmail.com](mailto:vanidaseptiana2015@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi *Memorable tourism experience* Di Desa Wisata Edukasi Cisaat. Yang di ukur melalui 7 dimensi yaitu *Hedonism, Novelty, Local Culture, Refreshment, Meaningfulness, Knowledge*. Dengan melibatkan 141 wisatawan sebagai responden dan di analisis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis faktor. hasil penelitian menunjukkan bahwa desa wisata edukasi cisaat dapat menciptakan *Memorable tourism experience* dan telah memenuhi syarat untuk dianalisis faktor dengan angka *factor loading* tertinggi terdapat dimensi *knowledge*. sehingga dapat di pertimbangkan sebagai bahan acuan dalam meningkatkan *Memorable tourism experience* di Desa Wisata Edukasi Cisaat.

Kata kunci: Pengalaman berwisata, Desa Cisaat, Desa Wisata

### ***Analysis of Memorable tourism experience Factors in Cisaat Educational Tourism Village***

#### **Abstract**

*This study aims to analyze and determine the factors that influence Memorable Tourism Experiences in the Cisaat Educational Tourism Village. Which is measured through 7 dimensions, namely Hedonism, Novelty, Local Culture, Refreshment, Meaningfulness, Knowledge. By involving 141 tourists as respondents and analyzed using quantitative methods with a factor analysis approach. The results of the study show that the educational tourism village of Cisaat can create Memorable tourism experience and meets the requirements for factor analysis with the highest factor loading number, namely the knowledge dimension. so that it can be considered as a reference material in improving Memorable tourism experience in the Cisaat Educational Tourism Village.*

*Keywords: Tourism Experience, Tourism Village, Cisaat Village*

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan sektor yang sedang berkembang di Indonesia. Sebab, perkembangan pariwisata ini sangat berpengaruh positif dalam meningkatkan devisa negara (Jayadi *et al.*, 2017). Perkembangan devisa yang terus meningkat membuat sektor pariwisata menjadi sektor yang diutamakan untuk mendongkrak perekonomian Indonesia, setelah sektor-sektor lain sedang mengalami kelesuan terutama pada sektor industri dan komersial. (Nugroho, 2020). Salah satu upaya pengembangan pariwisata ialah melalui pemberdayaan masyarakatnya atau biasa di sebut dengan *Community Based Tourism (CBT)*. CBT adalah kegiatan pengembangan pariwisata yang sepenuhnya dikelola oleh pemerintah kota namun, kegiatan dan gagasan pengelolaan dilaksanakan sepenuhnya oleh masyarakat secara partisipatif, dan manfaatnya dirasakan langsung oleh masyarakat setempat (Agustiani *et al.*, 2018).

Desa Wisata Edukasi Cisaat sendiri, merupakan salah satu desa wisata edukasi berbasis pendidikan dan budaya. Desa Wisata Edukasi Cisaat memanfaatkan lingkungan sekitar dengan cara mengembangkan dan memaksimalkan potensi desa untuk wisatawan yang ingin berwisata di sana. sebagaimana arah perkembangan wisata menurut (Swesti *et al.*, 2020) Wisatawan yang berkunjung tidak hanya untuk bersenang senang melainkan mereka mencoba untuk memahami budaya setempat. untuk itu desa wisata edukasi cisaat menyiapkan berbagai kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan untuk belajar budaya sekitar. Desa Wisata Edukasi Cisaat memiliki 12 kegiatan edukasi yang dapat dinikmati oleh setiap pengunjung untuk dapat langsung ikut serta dalam kegiatan tersebut. 12 aktivitas yang terdapat di Desa Wisata Edukasi Cisaat, kemudian dikelompokkan dalam 2 kelompok besar yaitu penelitian dan *culinary*. Kegiatan wisatawan yang termaksud dalam kelompok penelitian adalah bio gas, pembuatan arang kayu, budidaya nanas, jamur, kebun sayur, dan bertani. Sedangkan, pada kelompok *culinary* sendiri antara lain adalah pembuatan makanan khas papayis, abon jantung, permen jahe, keripik singkong, keripik bayam dan pembuatan sarinas. Selain itu, ada beberapa kegiatan yang dapat meningkatkan menambah pengetahuan dan kemampuan wisatawan seperti, kegiatan membuat dan sanggar tari. Namun, karena keterbatasan tenaga dan biaya yang cukup besar kedua kegiatan tersebut tidak selalu tersedia, sanggar tari dan membuat hanya tersedia dengan syarat harus memenuhi jumlah minimum wisatawan yang ikut. Bukan hanya itu, tidak semua rangkaian kegiatan yang disediakan dapat dilakukan oleh wisatawan. Pengelola akan menyediakan serangkaian acara hanya berdasarkan jenis permintaan yang diminta wisatawan.

Desa Wisata Edukasi Cisaat sebagai tempat wisata diharapkan dapat memberikan *Memorable Tourism Experience*. *Tourist Experience* yang positif kepada setiap wisatawan yang berkunjung di desa wisata edukasi. Meskipun demikian, *Memorable tourism experience* wisatawan akan berbeda beda meskipun mengunjungi tempat yang sama, MTE didefinisikan menurut (Kim *et al.*, 2012) sebagai pengalaman pariwisata oleh wisatawan selama berwisata ke suatu destinasi atau tempat yang dapat dikenang dan diingat secara positif meskipun kejadian tersebut sudah lampau (Kim *et al.*, 2012) Menurut Verinita (2016) *Memorable tourism experience* merupakan nilai lebih yang dirasakan setelah mengalami kesan dan pengalaman perjalanan yang menyenangkan sehingga akan selalu diingat. Sedangkan menurut (Kusumah, 2018) *Memorable tourism experience* adalah pengalaman positif wisatawan yang dibangun dari perjalanan wisata itu sendiri dan menjadi tujuan wisata seseorang. Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat disintesis bahwa *Memorable tourism experience* adalah pengalaman pariwisata oleh wisatawan selama berwisata yang dapat dikenang dan diingat secara positif dan dibangun melalui perjalanan pariwisata sehingga menjadi nilai lebih dari pariwisata dan dapat menjadi tujuan seseorang dalam berwisata. Seperti penelitian yang dilakukan yang dilakukan oleh Ardiansyah Muhammad, Siti Aisjah & Ainur Rofiq (2018) yang berjudul "Penilaian *Memorable tourism experience* Sebagai Faktor Penentu Daya Saing Destinasi Wisata Dengan Menggunakan Pendekatan Rapid Appraisal (RAP)." Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penilaian daya saing destinasi wisata melalui *Memorable tourism experience* sebagai faktor yang menentukan daya saing destinasi wisata dan menilai daya saing Banyuwangi berdasarkan melalui *Memorable tourism experience* yang diberikan kepada wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Novelty* dinilai sebagai unsur yang paling berperan dalam mempengaruhi penilaian wisatawan terhadap *Memorable tourism experience* yang diberikan destinasi wisata sebagai faktor kunci yang menentukan daya saing destinasi wisata. Dengan demikian peneliti tertarik untuk meneliti apa yang menjadi faktor dominan pembentukan *Memorable*.

*Tourism Experience* Di Desa Wisata Edukasi Cisaat. sebab desa wisata edukasi cisaat ini adalah desa yang cukup mampu menciptakan *Memorable Tourism Experience*. *Memorable tourism experience* dapat diukur melalui tujuh faktor yaitu menurut (Kim *et al.*, 2012) dan dimodifikasi oleh (Chandralal & Valenzuela, 2015) adalah :

- 1) *Hedonisme*, Faktor *hedonisme* berpacu pada kesenangan hati perasaan senang saat beraktivitas *Hedonisme* merupakan komponen utama dari kegiatan pariwisata dan rekreasi. Wisatawan mengkonsumsi produk pariwisata untuk mencari kesenangan (*hedonisme/pleasure*).

- 2) *Novelty*, Merupakan faktor yang mengacu pada hal baru, yang secara psikologis dihasilkan mendapatkan pengalaman baru.
- 3) *Local Culture*, Merepresentasikan sebagai pengalaman wisatawan tentang masyarakat lokal yang ramah.
- 4) *Refreshment*, Merupakan faktor yang diasosiasikan dengan perasaan kebebasan seperti direvitalisasikan ketika berwisata. Sehingga faktor *Refreshment* akan mempengaruhi ingatan terhadap kunjungan wisata.
- 5) *Meaningfulness*, menunjukkan keterlibatan wisatawan dalam aktivitas yang signifikan secara pribadi dalam memahami diri sendiri.
- 6) *Involvement* atau keterlibatan merupakan faktor yang menyatakan bahwa tingkat keterlibatan seseorang dalam suatu perjalanan wisata meningkatkan kemampuan seseorang mengingat kembali (*recollection*) *Memorable Tourism Experience* lampau dan menggambarkannya secara jelas.
- 7) *Knowledge* adalah eksplorasi budaya baru dan perolehan pengetahuan baru dalam sebuah perjalanan yang dapat berupa informasi atau fakta, yang di ketahui oleh individu.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor MTE wisatawan di Desa Wisata Edukasi Cisaat. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk meminimalisir kekurangan yang dimiliki Desa Wisata Edukasi Cisaat. Sehingga pengelola dapat memaksimalkan kualitas produk wisata yang berdampak langsung pada pengalaman wisatawan dalam berwisata.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis faktor Konfirmatori. Metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti sampel atau populasi tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2019). Sedangkan analisis faktor konfirmatori adalah suatu Teknik analisis faktor yang terlebih dahulu menentukan faktornya berdasarkan pada teori dan konsep yang telah ditentukan, diketahui, dan dipahami sebelumnya serta dalam masing-masing faktor yang telah terbentuk variabel apa yang termaksud (Verdian, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang menginap di Desa Wisata Edukasi Cisaat. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto & Sodik, 2015) pada penelitian ini jumlah sampel yang di butuhkan adalah 141 orang.

Pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* menurut Sugiyono (2013) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama kepada seluruh anggota populasi untuk menjadi sampel. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini adalah pernah menginap dan mengikuti kegiatan di Desa Wisata Edukasi Cisaat. Penelitian ini menggunakan data primer yang meliputi hasil berupa *Tourism Experience* yang berkesan berdasarkan faktor dari *Memorable Tourism Experience*. Pengumpulan data dilakukan secara langsung (*offline*) dan tidak langsung (*online*) melalui google formulir dengan alat bantu kuesioner atau angket. Kuesioner yang diberikan bersifat tertutup (*close ended*) yang diberikan kepada wisatawan di Desa Wisata Edukasi Cisaat dengan kriteria yang sudah ditentukan sebagai responden. Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh adalah analisis faktor konfirmatori. Analisis faktor konfirmatori adalah suatu Teknik analisis faktor yang terlebih dahulu menentukan faktornya berdasarkan pada teori dan konsep yang telah ditentukan, diketahui, dan dipahami sebelumnya serta dalam masing-masing faktor yang telah terbentuk variabel apa yang termaksud (Verdian, 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah 141 wisatawan yang pernah berwisata di Desa Wisata Edukasi Cisaat. Dimana, Rentang usia responden ialah antara 17- 25 tahun. Tempat penelitian dilaksanakan di Desa Cisaat yang berlokasi di Subang, Jawa Barat. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan tingkatan pendidikan. Usia responden yang mengisi kuesioner penelitian ini berusia 14 tahun sampai dengan 25 tahun. Penggolongan usia responden berdasarkan kategori umur menurut Departemen kesehatan RI (2009), terbagi menjadi 9 golongan dari masa balita hingga masa manula. Pada penelitian ini terdapat dua golongan yang mengisi yaitu masa remaja awal 12-16 tahun dan masa remaja akhir 17 - 25 tahun.

Berdasarkan hasil pengujian maka diberikan informasi sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Analisis Data

Dimensi	Sig	KM-O	Totce	Component matrix
<b>Memorable Tourism Experience</b>	0,000	0.829	94,629	
<i>Hedonisme</i>				0,973
<i>Novelty</i>				0,968
<i>Local culture</i>				0,939
<i>Refresh-ment</i>				0,963
<i>Meaning-fulnes</i>				0,987
<i>Involve-ment</i>				0,988
<i>Knowledge</i>				0.989

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil analisis faktor menyatakan bahwa hasil uji KMO menunjukkan angka diatas 0,5 yaitu sebesar 0,829 dengan angka signifikansi sebesar 0,000 diartikan bahwa data yang ada dapat dianalisis menggunakan analisis faktor. Uji total *Variance Explained* menunjukkan hasil sebesar 94,629 dapat diartikan bahwa faktor *Hedonisme, Novelty, Local Culture, Refreshment, Meaningfulness, Involvement, Knowledge* dapat menjelaskan variabel *memorable tourism experience*. Uji *component matrix* berisi angka *Factor loading* yang digunakan untuk melihat faktor dominan. Ukuran *Factor loading* mengacu pada jumlah sampel yaitu pada angka 0,50. Hasil uji *Component Matrix* menunjukkan angka *factor loading* terbesar ada pada faktor *Knowledge* sebesar 0,989, *Hedonisme* sebesar 0,973, *Novelty* sebesar 0,968, *local culture* sebesar 0,939, *Refreshment* sebesar 0,963, *Meaningfulness* sebesar 0,987 dan *Involvement* sebesar 0,988 Artinya faktor *Knowledge* menjadi faktor dominan pada *memorable tourism experience*.

Perkembangan ekonomi yang berorientasi dan berfokus pada pelayanan telah berkembang pesat menjadi berbasis pengalaman hal ini akan terus berubah seiring kebutuhan masyarakat. Sebagaimana menurut penelitian (Kim *et al.*, 2012) mengenai pengalaman kepuasan terhadap loyalitas. Peneliti menemukan bahwa terdapat lebih dari 60% pelanggan yang menyatakan puas beralih produk. Presentase ini mengisyaratkan bahwa mereka menginginkan lebih dari sekedar puas. Beberapa teori memaparkan bahwa untuk memotivasi seseorang Kembali menggunakan produk layanan dan jasa pengalaman pembelian menjadi satu faktor.

Penting sebagaimana menurut Hoch dan Deighton (1989) yang berpendapat bahwa pengalaman pembelian yang tak terlupakan merupakan hal penting karena (1) tingkat motivasi dan keterlibatan tinggi ketika informasi diambil dari pengalaman masa lalu individu; (2) individu menganggap pengalaman masa lalu mereka yang diingat sebagai sangat kredibel; dan (3) pengalaman yang diingat sangat mempengaruhi perilaku di masa depan. *Memorable tourism experience* adalah suatu produk hasil perkembangan ekonomi berbasis layanan menjadi berbasis pengalaman.

*Memorable tourism experience* merupakan pengalaman pariwisata yang dilakukan oleh wisatawan selama berwisata ke suatu destinasi atau tempat yang dapat dikenang dan diingat secara positif meskipun kejadian tersebut sudah lampau. Data hasil penelitian variabel *Memorable tourism experience* yang dilakukan pada tahun 2023 sebanyak 141 responden wisatawan. Penelitian ini menemukan bahwa skor rata-rata pada variabel *Memorable tourism experience* sebesar 78,28, standar deviasi sebesar 16,778, nilai minimal sebesar 26, dan nilai maksimal sebesar 96.

Terdapat 7 dimensi yang digunakan untuk mengukur *Memorable Tourism Experience*. Pemaparan berikut adalah hasil analisis faktor variabel *Memorable tourism experience* yang dilakukan oleh 141 responden wisatawan. Dimensi *Knowledge* merupakan dimensi dengan nilai angka *factor loading* tertinggi artinya faktor utama pembentukan pengalaman tak terlupakan wisatawan yang berkunjung ke desa wisata edukasi cisaat ialah *knowledge* dengan angka *factor loading* tertinggi yaitu 0,989. Yang dapat berarti desa wisata edukasi cisaat mampu memberikan edukasi dan keterampilan yang dibutuhkan wisatawan ketika berwisata. Sebagaimana wisata edukasi di definisikan sebagai sebuah rancangan kegiatan dimana peserta yang berkunjung ke tempat wisata baik grup maupun individu yang bertujuan untuk mengikuti kegiatan belajar yang terkait langsung dengan tempat wisata, diantaranya terdiri dari berbagai sub-jenis termasuk kegiatan ekowisata, wisata warisan, pariwisata pedesaan atau pertanian, dan pertukaran pelajar antar lembaga pendidikan. (Muhammad *et al.*, 2018)

Dimensi ke enam dari variabel *Memorable tourism experience* adalah *involvement*. Pada dimensi ini merupakan dimensi dengan angka *factor loading* terbesar kedua setelah *knowledge*. Dengan selisih angka *factor loading* 0,001 dari dimensi *knowledge* yaitu sebesar 0,988. Yang bermakna bahwa proses penciptaan *Memorable tourism experience* di desa wisata edukasi cisaat dipengaruhi oleh dimensi *involvement* sebagaimana Penelitian Zatori *et al.*, (2018) dan Mathis *et al.*, (2016) menunjukkan bahwa unsur *involvement* merupakan unsur terpenting yang membentuk *memorable tourism experience*. Zatori *et al.*, (2018) dan Mathis *et al.*, (2016) berpendapat bahwa wisatawan akan sangat mengingat pengalaman selama berwisata apabila wisatawan tersebut merasa terlibat dalam proses pembuatan pengalaman tersebut.

Dimensi pertama adalah *hedonism*. *Hedonisme* mengacu pada pengalaman yang terkait dengan emosi seperti kesenangan, kegembiraan dan kenikmatan. Pada dimensi *hedonisme* merupakan dimensi dengan urutan nilai angka *factor loading* ke 4 setelah dimensi *knowledge*, *meaningfulness* dan *involvement*. Sesuai dengan hasil penelitian (Kim, J. H., Ritchie, 2014) bahwa atribut yang berperan dalam penilaian wisatawan terhadap *Memorable tourism experience* adalah *hedonisme*, yang mengacu pada kepuasan pribadi yang didapatkan wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata. Sejalan dengan (Malone, Sheila, 2014) yaitu kepuasan pribadi wisatawan akan berdampak pada wisatawan mengingat pengalaman selama berwisata di suatu destinasi wisata.

Dimensi ke lima dari variabel *Memorable tourism experience* adalah *meaningfulness*. Pada dimensi ini memiliki nilai angka *factor loading* terbesar ketiga setelah *knowledge* dan *involvement*. Artinya penilaian wisatawan terhadap penciptaan pengalaman yang tak terlupakan juga banyak dipengaruhi dimensi *meaningfulness* sebagaimana desa wisata edukasi cisaat telah mampu memberikan fasilitas kepada wisatawan untuk matang dan mengembangkan diri.

Dimensi kedua pada variabel *Memorable tourism experience* adalah *Novelty* merupakan hal yang menunjukkan pengalaman unik dan belum pernah di ditemui oleh wisatawan ketika berwisata. Pada dimensi ini nilai faktor loading menunjukkan angka 0,968 yang berarti telah memenuhi syarat nilai *factor loading* sebesar 0,50 artinya desa wisata edukasi cisaat telah mampu menciptakan kebaruan wisatawan dalam hal berwisata sehingga mereka mendapatkan kenangan tidak terlupakan ketika berwisata di desa wisata edukasi cisaat sebagaimana tujuan wisatawan berwisata adalah dengan mendapatkan pengalaman baru. (Damanik, 2013) juga berpendapat bahwa wisatawan pada era modern tertarik untuk mencari destinasi wisata yang dan berbeda dengan pengalaman wisata lainnya.

Dimensi ketiga pada variabel *Memorable tourism experience* adalah *local culture*. Pada dimensi ini nilai *factor loading* telah terpenuhi semua namun nilai tertinggi terdapat pada pernyataan "Saya mendapat kesan yang baik terhadap masyarakat di Desa Wisata Edukasi Cisaat." artinya masyarakat menyadari bahwa daerah mereka merupakan tempat wisata sehingga masyarakat berusaha menciptakan kesan yang baik pada wisatawan agar terciptanya hubungan emosional antara wisatawan dan masyarakat lokal sehingga dapat membentuk pengalaman yang tak terlupakan.

Dimensi keempat dari variabel *Memorable tourism experience* adalah Refreshment pada dimensi ini perntaan dengan angka *factor loading* terbesar memiliki angka *factor loading* sebesar 0,946 dimana angka ini menunjukkan bahwa telah melebihi syarat sebagaimana acuan dari angka *factor loading* menurut (Hair Jr *et al.*, 2020). untuk responden dengan jumlah 141 adalah minimal 0,50. Melalui pernyataan " Saya merasakan kebebasan selama berlibur di Desa Wisata Edukasi Cisaat" artinya penilaian wisatawan terhadap dimensi refreshment ialah di pengaruhi oleh kebebasan mereka dalam berwisata di desa wisata edukasi cisaat.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil analisis faktor menyatakan bahwa hasil uji KMO menunjukkan angka diatas 0,5 yaitu sebesar 0,829 dengan angka signifikansi sebesar 0,000 diartikan bahwa data yang ada dapat dianalisis menggunakan analisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk melihat faktor dominan pada variabel *Memorable tourism experience* berdasarkan teori yang ada melalui dimensi *hedonism, novelty, local culture, refreshment, meaningfulness, involment dan knowledge*. Hasil analisis faktor menyatakan faktor dominan pada variabel ini adalah *knowledge*. Artinya faktor pembentuk pengalaman wisatawan di dominasi oleh faktor *knowledge* sehingga pengelola wisata di harapkan mampu menekan kelebihan tersebut sehingga wisatawan yang datang an berkunjung dapat menambah penaglaman tak terlupakannya di Desa Wisata Edukasi Cisaat.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini namun di harapkan dapat di jadikan masukan dan bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan yang berguna untuk membangun desa wisata edukasi cisaat. Adapun saran penelitian bagi pemerintah desa cisaat diharapkan dapat memberikan kebijakan atau keputusan yang di tunjukan untuk menekan kelebihan yang yang dimiliki Desa Wisata Edukasi Cisaat yaitu di bidang pengetahuan seperti menambah kegiatan edukasi atau dapat meningkatkan fasilitas yang di gunakan sebagai sarana edukasi wisatawan. Sedangkan saran bagi peneliti selanjutnya adalah penelitian analisis faktor ini dapat dilakukan penelitian lanjutan dan diharapkan dapat memperluas jangkauan dan keragaman responden sehingga mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Suryani, Y., & Dewi, R. K. (2018). Implementasi *Memorable tourism experience* Scale Pada Wisatawan yang Berkunjung Ke Objek Wisata Kota Padang. *Jurnal Study and Management Research*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.55916/smart.v15i1.1>
- Agustiani, V., Sumarsih, U., & ... (2018). Tourist Experience Pada Tiga Lokasi Wisata Edukasi Di Kota Bandung (studi Kasus Pada Museum Geologi, Kebun Binatang Bandung, Dan Bandung Science Center .... *EProceedings ...*, 4(3), 2367–2373.
- A. Suryani, Y., & Dewi, R. K. (2018) Implementasi *Memorable tourism experience* Scale Pada Wisatawan yang Berkunjung Ke Objek Wisata Kota Padang. *Jurnal Study and Management Research*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.55916/smart.v15i1.1>
- Chandralal, L., & Valenzuela, F.-R. (2015). Memorable Tourism Experiences: Scale Development. *Contemporary Management Research*, 11(3), 291–310.

<https://doi.org/10.7903/cmr.1382>.

- Dewi, M. (2013). "pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di desa wisata jatiluwih tabanan, bali." *jurnal kawistara*.
- Jayadi, E. K., Mahadewi, N. P. E., & Mananda, S. (2017). Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pantai Green Bowl , Ungasan , Kuta Selatan , Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 69–77.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan RnD* . CV Alfabeta.
- Swesti. (2020). "Model Pengembangan Pariwisata Kreatif Untuk Mencapai Keberlanjutan Di Des Wisata Edukasi Kasongan." *Jurnal Kawistara*
- Verinita. (2016). *pengukuran Memorable tourism experience scale (MTES) dengan pendekatan*