

INTISARI

Perkembangan pariwisata saat ini mendorong pengelola atraksi untuk semakin kreatif dalam menarik kunjungan wisatawan. Salah satu ide kreatif dalam perkembangan destinasi pariwisata saat ini adalah dengan melakukan replikasi terhadap ikon dunia. Ide ini sebagai bukti nyata dunia pariwisata yang sangat kompetitif. Seiring dengan perkembangan destinasi ini, terdapat masalah berkaitan dengan penurunan kunjungan wisatawan. Fenomena penurunan ini menjadi dasar pengambilan topik penelitian oleh peneliti.

Menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi kembali merupakan salah satu tujuan setiap destinasi. Penelitian ini mengadopsi teori pengalaman berwisata melalui empat subdimensi yang dikemukakan oleh Kao, *dkk* (2008). Keempat subdimensi tersebut yaitu *Immersion* (keterlibatan), *Surprise* (keistimewaan), *Participation* (keterlibatan), dan *Fun* (kenikmatan). Keempat subdimensi ini akan dilihat hubungannya dengan kepuasan wisatawan dan minat berkunjung kembali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat ada atau tidak hubungan hasil pengalaman wisata dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke destinasi.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu destinasi yang mereplika ikon dunia di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Langlang Buana, Agrowisata Bhumi Merapi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan sampel penelitian sebanyak 155 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang positif pada hubungan antar ketiga variabel tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada pengalaman berwisata dan kepuasan dapat meningkatkan kemungkinan minat berkunjung kembali ke Langlang Buana, Agrowisata Bhumi Merapi. Hal ini dapat dijadikan referensi kepada pengelola Agrowisata Bhumi Merapi untuk melakukan peningkatan pada layanan atraksi Langlang Buana.

Kata kunci: Pengalaman berwisata, kepuasan wisatawan, minat berkunjung kembali.

ABSTRACT

The current development of tourism encourages attraction managers to be more creative in attracting tourist visits. One of the creative ideas in the development of tourism destinations today is to replicate world icons. This idea is a testament to the highly competitive world of tourism. Along with the development of this destination, there are problems related to the decline in tourist visits. The phenomenon of this decline became the basis for taking research topics by researchers.

Attracting tourists to visit the destination again is one of the goals of every destination. This study adopts the theory of travel experience through the four subdimensions proposed by Kao, et al (2008). The four subdimensions are Immersion, Surprise, Participation, and Fun. These four subdimensions will be seen in relation to tourist satisfaction and interest in visiting again. The purpose of this study is to see whether or not there is a relationship between the results of tourist experiences and tourist satisfaction with the interest of returning tourists to the destination.

This research was conducted on one of the replica destination in the Special Region of Yogyakarta, namely Langlang Buana, Agrotourism Bhumi Merapi. This research was conducted using quantitative methods with a research sample of 155 respondents. The results of this study indicate that there is a positive relationship between the three variables. These results indicate that any increase in travel experience and satisfaction can increase the possibility of interest in revisiting the Langlang Buana, Bhumi Merapi Agrotourism. This can be used as a reference for the manager of Agro-tourism Bhumi Merapi to make improvements to the Langlang Buana attraction service.

Keywords: Travel experience, tourist satisfaction, interest in revisiting.