

## DAFTAR ISI

INTISARI.....	IV
ABSTRACT.....	V
KATA PENGANTAR .....	VI
Daftar Grafik .....	XII
Daftar Tabel .....	XIII
Daftar Gambar.....	XV
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Batasan Penelitian .....	7
1.6. Keaslian Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Tinjauan Pustaka .....	10
2.2. Landasan Teori .....	12
2.2.1. Pariwisata .....	12
2.2.2. Konsep Pengalaman .....	13
2.2.3. <i>Memorable Tourism Experiences</i> .....	15
2.2.4. <i>Memorable Tourism Experiences</i> terhadap Intensi Berkunjung Kembali ....	21
2.3. Kerangka Berpikir .....	22
2.4. Hipotesis Penelitian .....	25
BAB III. METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Jenis Penelitian .....	26
3.2. Lokasi Penelitian .....	27
3.3. Prosedur Penelitian.....	28
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	30
3.4.1. Populasi .....	30
3.4.2. Sampel.....	30
3.5. Variabel Penelitian .....	32
3.6. Metode Pengumpulan data .....	32
3.6.1. Studi Pustaka .....	32
3.6.2. Observasi.....	33
3.6.3. Wawancara .....	33
3.6.4. Kuesioner .....	34
3.7. Instrumen Penelitian.....	36
3.8. Uji Validitas dan Realibilitas.....	36
3.9. Metode Analisa Data .....	39
3.9.1. Skala Interval .....	39
3.9.2. Analisis Uji Korelasi Product Moment Pearson.....	41
BAB IV. PROFIL LOKASI PENELITIAN.....	43
4.1. Profil Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta .....	43
4.1.1. Sejarah Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta .....	43
4.1.2. Aksesibilitas Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.....	44
4.1.3. Koleksi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta.....	45
4.1.4. Fasilitas Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta .....	48
4.2. Profil Museum Sonobudoyo Yogyakarta .....	52
4.2.1. Sejarah Museum Sonobudoyo Yogyakarta .....	52
4.2.2. Aksesibilitas Museum Sonobudoyo Yogyakarta.....	53

4.2.3. Koleksi Museum Sonobudoyo Yogyakarta .....	55
4.2.4. Fasilitas Museum Sonobudoyo Yogyakarta .....	58
<b>BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
5.1. Karakteristik Pengunjung Museum .....	63
5.1.1. Jenis Kelamin .....	63
5.1.2. Usia .....	64
5.1.3. Domisili .....	66
5.1.4. Tingkat Pendidikan Terakhir .....	67
5.1.5. Jenis Pekerjaan .....	68
5.1.6. Motivasi .....	69
5.1.7. Rekan Perjalanan .....	71
5.1.8. Memperoleh Informasi Mengenai Destinasi Wisata .....	72
5.1.9. Waktu Kunjungan .....	74
5.2. Deskripsi Tingkat Kepuasan dari <i>Memorable Tourism Experiences</i> dan Intensi Berkunjung Kembali di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta .....	76
5.2.1. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Hedonism</i> .....	76
5.2.2. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Novelty</i> .....	78
5.2.3. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Local Culture</i> .....	80
5.2.4. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Refreshment</i> .....	82
5.2.5. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Knowledge</i> .....	84
5.2.6. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Meaningfulness</i> .....	86
5.2.7. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Involvement</i> .....	88
5.2.8. Deskripsi Tingkat Kepuasan Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	90
5.3. Deskripsi Tingkat Kepuasan dari <i>Memorable Tourism Experiences</i> dan Intensi Berkunjung Kembali di Museum Sonobudoyo Yogyakarta .....	92
5.3.1. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Hedonism</i> .....	92
5.3.2. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Novelty</i> .....	94
5.3.3. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Local Culture</i> .....	96
5.3.4. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Refreshment</i> .....	98
5.3.5. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Knowledge</i> .....	100
5.3.6. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Meaningfulness</i> .....	102
5.3.7. Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi <i>Involvement</i> .....	104
5.3.8. Deskripsi Tingkat Kepuasan Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	106
5.4. Hubungan <i>Memorable Tourism Experiences</i> terhadap Intensi Berkunjung Kembali di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta .....	107
5.4.1. Hubungan Dimensi <i>Hedonism</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	108
5.4.2. Hubungan Dimensi <i>Novelty</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	110
5.4.3. Hubungan Dimensi <i>Local Culture</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	111
5.4.4. Hubungan Dimensi <i>Refreshment</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	112
5.4.5. Hubungan Dimensi <i>Knowledge</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	114
5.4.6. Hubungan Dimensi <i>Meaningfulness</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	115
5.4.7. Hubungan Dimensi <i>Involvement</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	117
5.5. Hubungan <i>Memorable Tourism Experiences</i> terhadap Intensi Berkunjung Kembali di Museum Sonobudoyo .....	118
5.5.1. Hubungan Dimensi <i>Hedonism</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	118
5.5.2. Hubungan Dimensi <i>Novelty</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ) .....	120

5.5.3.	Hubungan Dimensi <i>Local Culture</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ).....	121
5.5.4.	Hubungan Dimensi <i>Refreshment</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ).....	122
5.5.5.	Hubungan Dimensi <i>Knowledge</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ).....	124
5.5.6.	Hubungan Dimensi <i>Meaningfulness</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ).....	125
5.5.7.	Hubungan Dimensi <i>Involvement</i> Terhadap Intensi Berkunjung Kembali ( <i>Revisit Intention</i> ).....	127
BAB VI.	KESIMPULAN.....	129
6.1.	Kesimpulan .....	129
6.2.	Saran.....	131
6.2.1.	Saran bagi Manajemen Destinasi .....	131
6.2.2.	Saran bagi Akademisi.....	133
DAFTAR PUSTAKA	.....	134
LAMPIRAN	.....	138
Lampiran 1:	Distribusi Nilai rtabel Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	138
Lampiran 2:	KUESIONER PENGALAMAN BERWISATA (MEMORABLE TOURISM EXPERIENCES) TERHADAP INTENSI BERKUNJUNG KEMBALI KE MUSEUM BENTENG VREDEBURG, YOGYAKARTA .....	139
Lampiran 3:	KUESIONER PENGALAMAN BERWISATA (MEMORABLE TOURISM EXPERIENCES) TERHADAP INTENSI BERKUNJUNG KEMBALI KE MUSEUM SONOBUDOYO, YOGYAKARTA .....	144
Lampiran 4:	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian (Sumber: Data primer, 2023).....	149
Lampiran 5:	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian Output “ <i>Item-Total Statistics</i> ” (Sumber: Data primer, 2023).....	150

## **Daftar Grafik**

Grafik 5.1 Presentase Jumlah Responden Berdasar Jenis Kelamin .....	63
Grafik 5.2 Presentase jumlah Responden Berdasar Kelompok Usia .....	64
Grafik 5.3 Presentase Jumlah Responden Berdasar Domisili .....	66
Grafik 5.4 Presentase Jumlah Responden Berdasar Tingkat Pendidikan Terakhir	67
Grafik 5.5 Presentase Jumlah Responden Berdasar Jenis Pekerjaan .....	68
Grafik 5.6 Presentase Jumlah Responden Berdasar Motivasi Berwisata .....	69
Grafik 5.7 Presentase Jumlah Responden Berdasar Rekan Perjalanan .....	71
Grafik 5.8 Presentase Jumlah Responden Berdasar Cara Memperoleh Informasi Mengenai Destinasi Wisata .....	72
Grafik 5.9 Presentase Jumlah Responden Berdasar Tahun Berkunjung .....	74
Grafik 5.10 Presentase Jumlah Responden Berdasar Waktu Berkunjung .....	75

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Komparasi Total Pengunjung Museum Terhadap Destinasi Wisata Lain Di Provinsi DIY Tahun 2020 .....	4
Tabel 3.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian Output “Case Processing Summary” .....	38
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian Output “Reliability Statistics” .....	38
Tabel 3.3 Interval Skala Penilaian Indeks Kepuasan .....	40
Tabel 3.4 Interval Skala Penilaian Tingkat Kepuasan .....	41
Tabel 3.5 Pedoman intepretasi koefisien korelasi Pearson Product Moment .....	42
Tabel 5.1 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Hedonism .....	76
Tabel 5.2 Deskripsi Tingkat Persetujuan Dimensi Novelty .....	78
Tabel 5.3 Deskripsi Tingkat Persetujuan Dimensi Local Culture .....	80
Tabel 5.4 Deskripsi Tingkat Persetujuan Dimensi Refreshment .....	82
Tabel 5.5 Deskripsi Tingkat Persetujuan Dimensi Knowledge .....	84
Tabel 5.6 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Meaningfulness .....	86
Tabel 5.7 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Involvement .....	88
Tabel 5. 8 Deskripsi Tingkat Kepuasan Revisit Intention .....	90
Tabel 5. 9 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Hedonism .....	92
Tabel 5.10 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Novelty .....	94
Tabel 5.11 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Local Culture .....	96
Tabel 5.12 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Refreshment .....	98
Tabel 5.13 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Knowledge .....	100
Tabel 5.14 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Meaningfulness .....	102
Tabel 5.15 Deskripsi Tingkat Kepuasan Dimensi Involvement .....	104
Tabel 5.16 Deskripsi Tingkat Kepuasan Revisit Intention .....	106
Tabel 5.17 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment Dimensi Hedonism Terhadap Revisit Intention .....	108
Tabel 5.18 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment Dimensi Novelty Terhadap Revisit Intention .....	110
Tabel 5.19 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Local Culture Terhadap Revisit Intention .....	111
Tabel 5.20 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Refreshment Terhadap Revisit Intention .....	112
Tabel 5.21 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Knowledge Terhadap Revisit Intention .....	114
Tabel 5.22 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Meaningfulness Terhadap Revisit Intention .....	115
Tabel 5.23 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Involvement Terhadap Revisit Intention .....	117
Tabel 5.24 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment Dimensi Hedonism Terhadap Revisit Intention .....	118
Tabel 5.25 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment Dimensi Novelty Terhadap Revisit Intention .....	120

Tabel 5.26 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Local Culture Terhadap Revisit Intention .....	121
Tabel 5.27 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Refreshment Terhadap Revisit Intention .....	122
Tabel 5.28 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Knowledge Terhadap Revisit Intention .....	124
Tabel 5.29 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Meaningfulness Terhadap Revisit Intention .....	125
Tabel 5.30 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson Dimensi Involvement Terhadap Revisit Intention .....	127

## Daftar Gambar

Gambar 3.1 Pearson Product Moment Rumus .....	37
Gambar 3.2 Rumus Alpha Cronbach .....	38
Gambar 4.1 Peta lokasi Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta .....	44
Gambar 4.2 Halte Bus Transjogja Malioboro 3 .....	45
Gambar 4.3 Suasana Ruang Pamer Diorama II .....	46
Gambar 4.4 Papan Informasi Diorama Dalam 2 Bahasa .....	47
Gambar 4.5 Informasi Mengenai Selokan Mataram Pada Layar Sentuh LCD .....	47
Gambar 4.6 Alat Peraga Interaktif Kisah Jend. Soedirman .....	48
Gambar 4.7 Nama Destinasi Wisata .....	49
Gambar 4.8 Bangku di Selasar Diorama 2 .....	49
Gambar 4.9 Papan Penunjuk Arah .....	50
Gambar 4.10 Jalur Kursi Roda .....	50
Gambar 4.11 Informasi Layanan Pengunjung dan Penggunaan <i>Wifi</i> .....	51
Gambar 4.12 Layar LCD Berisi Informasi Kegiatan di Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta .....	52
Gambar 4.13 Area Bermain Anak .....	52
Gambar 4.14 Peta Lokasi Museum Sonobudoyo Yogyakarta .....	54
Gambar 4.15 Informasi Mengenai Keris Dengan Teknologi Layar Sentuh .....	55
Gambar 4.16 Detail Penjelasan Koleksi Dalam 2 Bahasa .....	56
Gambar 4.17 Ruang Pamer Koleksi Bali .....	56
Gambar 4.18 Fasilitas Membatik .....	57
Gambar 4.19 Koleksi Rijstaffel Dengan Teknologi Laser .....	57
Gambar 4.20 Permainan Jemparing Menggunakan Teknologi VR (virtual reality) .....	58
Gambar 4.21 Nama Destinasi Wisata .....	58
Gambar 4.22 Locket Tiket Museum Sonobudoyo Yogyakarta .....	59
Gambar 4.23 Fasilitas Ramp .....	59
Gambar 4.24 Suasana di depan Pintu Lift .....	60
Gambar 4.25 Toilet .....	60
Gambar 4.26 Papan Petunjuk Arah) .....	61
Gambar 4.27 Fasilitas Layanan Medis Museum Sonobudoyo Yogyakarta .....	61
Gambar 4.28 Kios Makanan .....	62