

ABSTRACT

Experience is the main goals of the tourism industry and as a significant impression for the tourist. If a tourist ever had an impressive and unforgettable tour, then it could be called a Memorable Tourism Experience (MTE). A positive impression on tourism experience could increase the intention to re-visit the destination. In the last few years, culinary tourism has been growing rapidly and became one of the most dynamic and creative tourism sectors. MTE concept is also applicable for culinary tourism experience. Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta is one of the culinary tourism destinations in Daerah Istimewa Yogyakarta. Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta has a unique traditional ambience with a village scenery and served a home-made style culinary, with its Old Java style of architecture and ornaments. This research aims to discover the connection between Memorable Culinary Tourism Experience (MCTEs) towards the intention to revisit Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta. Five aspects influence MCTEs which are (1) local culture, (2) decoration, (3) service quality, (4) social interaction, and (5) novelty. Data analysis is done towards 267 respondents. This research used SPSS with the Spearman correlation test to analyze the data. The result of this research concluded that respondent approval level towards each dimension of MCTEs variables are categorized as 'high' and 'very high'. Local culture became the highest dimension with an approval level score of 886,4. On another, the revisit intention variable are considered high with an approval level score of 846. In this case, these five dimensions of the MCTEs variable shows that there is a connection between MCTEs to revisit intention in Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta and it shows the correlation of 'medium' to 'strong' from each of the dimensions. Next, social interaction was the strongest dimension among others with the correlation score of 0,599.

Keywords: culinary tourism, memorable culinary tourism experience, revisit intention, Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta

ABSTRAK

Pengalaman berwisata merupakan inti dari industri pariwisata dan sebagai kesan penting yang didapat oleh seseorang. Apabila seseorang telah mendapatkan pengalaman yang berkesan atau tidak terlupakan maka pengalaman tersebut merupakan *Memorable Tourism Experience* (MTE). Pengalaman berwisata yang berkesan positif dapat meningkatkan niat untuk berkunjung kembali. Beberapa tahun terakhir, wisata kuliner berkembang pesat dan telah menjadi salah satu segmen pariwisata yang paling dinamis dan kreatif. Konsep MTE juga dapat diadaptasi untuk *culinary tourism experiences* atau pengalaman berwisata kuliner. Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta menjadi salah satu destinasi wisata kuliner di Daerah Istimewa Yogyakarta. Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta yang bernuansa kuno dan tradisional, bersuasana pedesaan, serta bergaya masakan rumahan juga menawarkan nuansa rumah Jawa lawas dengan arsitektur dan ornamen bangunannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *Memorable Culinary Tourism Experiences* (MCTEs) terhadap niat berkunjung kembali ke Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta. Terdapat lima aspek yang dapat memengaruhi MCTEs atau pengalaman berwisata kuliner, yaitu (1) budaya lokal, (2) dekorasi, (3) kualitas pelayanan, (4) interaksi sosial, dan (5) kebaruan. Oleh karena itu, dilakukan pengolahan hasil data terhadap 267 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode uji korelasi Spearman. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat persetujuan responden terhadap masing-masing dimensi dari variabel MCTEs berada dalam kategori ‘tinggi’ hingga ‘sangat tinggi’. Dimensi budaya lokal menjadi dimensi dengan tingkat persetujuan tertinggi dibanding dimensi lainnya dengan total skor 886,4. Selain itu, variabel niat berkunjung kembali berada dalam rentang kategori tingkat persetujuan tinggi dengan total skor 846. Dalam hal ini, kelima dimensi variabel MCTEs menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara MCTEs dengan niat berkunjung kembali di Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta dan terdapat kekuatan hubungan (korelasi) yang sedang hingga kuat dari masing-masing dimensi tersebut. Selanjutnya, dimensi interaksi sosial merupakan dimensi yang kekuatan hubungannya paling kuat di antara dimensi lainnya dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,599.

Kata kunci: wisata kuliner, *memorable culinary tourism experience*, hubungan, niat berkunjung kembali, Warung Kopi Klotok Pakem Yogyakarta