

**PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG TERHADAP
RECOMMENDATION INTENTION PADA DAYA TARIK WISATA
PULAU PASUMPAHAN**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan (SST) Universitas Negeri Padang*



**Salsabila Nugra Bidara
NIM 18135326**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH PENGALAMAN BERKUNJUNG TERHADAP
RECOMMENDATION INTENTION PADA DAYA TARIK WISATA
PULAU PASUMPAHAN**

Nama : Salsabila Nugra Bidara
NIM/BP : 18135326/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Pasaribu, S.ST.Par., M.Si.Par.,CHE
NIP. 198705202015041001

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap
Recommendation Intention pada Daya Tarik Wisata Pulau
Pasumpahan
Nama : Salsabila Nugra Bidara
NIM/BP : 18135326/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

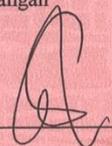
Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

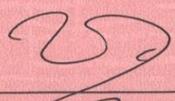
Nama

Tanda Tangan

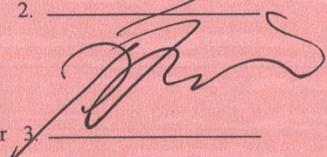
1. Ketua : Pasaribu, S.ST.Par., M.Si.Par, CHE

1. 

2. Anggota : Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE

2. 

3. Anggota : Dwi Pratiwi Wulandari, S.ST.Par,MM.Par

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Salsabila Nugra Bidara
NIM/TM : 18135326/ 2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap *Recommendation Intention* pada Daya Tarik Wisata Pulau Pasumpahan” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Departemen Pariwisata

Saya yang menyatakan,


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001



Salsabila Nugra Bidara
NIM. 18135326

ABSTRAK

Salsabila Nugra Bidara (2022) : Pengaruh Pengalaman Berkunjung Terhadap *Recommendation Intention* Pada Daya Tarik Wisata Pulau Pasumpahan.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil pra-penelitian dan survei yang telah penulis lakukan, penulis menemukan masih adanya pengunjung yang merasa kurang senang dengan kunjungannya ke Pulau Pasumpahan serta masih adanya pengunjung yang menulis ulasan negatif dan tidak merekomendasikan Pulau Pasumpahan. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal dengan metode survei yang bertujuan untuk melihat pengaruh pengalaman (X) terhadap *Recommendation Intention* (Y) pada Daya Tarik Wisata Pulau Pasumpahan. Jumlah sampel dalam penelitian yaitu 364 responden menggunakan teknik purposive sampling . Data pengumpulan pada penelitian ini diperoleh menggunakan penyebaran kuisioner dan google form yang telah disusun dengan skala likert. Analisis teknik dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana serta nilai koefisien determinasi yang diolah menggunakan SPSS 15.00. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa : (1) Pengalaman Berkunjung (X) dalam kategori baik dengan TCR sebesar 89,6%, (2) *Recommendation Intention* (Y) dalam kategori sangat baik dengan TCR sebesar 90,4%, (3) Terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengalaman berkunjung (X) terhadap *recommendation intention* (Y) dengan koefisien regresi sebesar 0,278 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dimana setiap peningkatan 1 satuan pengalaman berkunjung akan meningkatkan 0,278 satuan *recommendation intention* dan kontribusi pengalaman berkunjung (X) terhadap *recommendation intention* (Y) adalah sebesar 40,5% sedangkan 59,5% ditentukan oleh faktor lain.

Kata kunci : Pengalaman Berkunjung, *Recommendation Intention*, Pulau Pasumpahan

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengalaman Berkunjung Terhadap *Recommendation Intention* pada Daya Tarik Wisata Pulau Pasumpahan”** yang disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, penulis tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang terkait

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
2. Bapak Trisna Putra, SS., M.Sc., selaku Ketua Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
3. Bapak Pasaribu, S.ST.Par., M.Si.Par,CHE selaku Penasehat Akademik dan Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini serta dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak Feri Ferdian, S.ST., MM, Ph.D.CHE selaku Dosen Penguji 1 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran, dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.

5. Ibu Dwi Pratiwi Wulandari, S.ST.Par,MM.Par selaku Dosen Penguji 2 yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pemikiran, dan pengarahan yang sangat berarti dalam penulisan ini.
6. Seluruh staff pengajar dan administrasi pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
7. Pengelola Pulau Pasumpahan yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
8. Kepada orang tua, keluarga serta rekan yang telah memerikan motivasi serta doa yan telah diberikan sehingga penulis bisa sampai ke tahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Departemen Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, 11 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Kajian Teori.....	13
1. Recommendation Intention	13
2. Pengalaman Berkunjung	16
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Konseptual	21
D. Hipotesis	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	23
C. Variabel Penelitian	23
D. Definisi Operasional Variabel	24
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
G. Instrumen Penelitian	28
H. Teknik Analisis Data	30
I. Uji Coba Instrumen	32
J. Uji Persyaratan Analisis	35

K. Pengujian Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
B. Hasil Penelitian.....	40
C. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel

1. Data kunjungan wisatawan di Kota Padang	2
2. Penelitian terdahulu	20
3. Data pengunjung Pulau Pasumpahan 5 tahun terakhir	25
4. Instrumen skala likert pengalaman berkunjung dan recommendation intention	28
5. Kisi-kisi instrumen penelitian.....	29
6. Tingkat capaian indikator	31
7. Hasil uji validitas angket penelitian variabel X.....	32
8. Hasil uji validitas angket penelitian variabel Y	33
9. Hasil uji reliabilitas angket penelitian variabel X	34
10. Hasil uji reliabilitas angket penelitian variabel Y	34
11. Karakteristik responden berdasarkan usia	41
12. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	42
13. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	42
14. Karakteristik responden berdasarkan daerah asal	43
15. Karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan	44
16. Data statistik variabel pengalaman berkunjung.....	45
17. Analisis deskriptif variabel X per indikator	46
18. TCR variabel pengalaman berkunjung	47
19. Data statistik variabel recommendation intention	49
20. Analisis deskriptif variabel Y per indikator	49
21. TCR variabel recommendation intention	50
22. Hasil uji normalitas.....	52
23. Hasil uji homogenitas	53
24. Hasil uji linearitas	53
25. Hasil uji regresi linear sederhana	55
26. Koefisien regresi variabel X terhadap variabel Y	55
27. Koefisien determinan variabel X terhadap variabel Y	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Potret Pulau Pasumpahan4
2. Ulasan pengunjung yang tidak merekomendasikan Pulau Pasumpahan5
3. Ulasan negatif pengunjung di google review Pulau Pasumpahan.....6
4. Ulasan pengunjung tentang pengalaman berkunjung di Pulau Pasumpahan .7
5. Ulasan pengunjung tentang kurangnya sanitasi serta kurang terawatnya fasilitas yang telah ada.....8
6. Ulasan pengunjung tentang kurangnya atarksi tambahan yang dapat dilakukan di Pulau Pasumpahan9
7. Kerangka Konseptual21

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Provinsi Sumatera Barat memiliki banyak sekali potensi wisata yang terdiri dari keindahan alam dan juga budaya. Sumatera Barat memiliki berbagai daya tarik wisata seperti pantai, gugusan kepulauan kecil, danau, serta budaya yang unik. Tingkat kunjungan wisatawan ke provinsi Sumatera Barat terlihat dari data kunjungan wisatawan dalam 4 tahun terakhir. Pada tahun 2017 berjumlah 7.783.876 wisatawan, di tahun 2018 menjadi 8.073.070 wisatawan atau meningkat sebesar 3,72%. Kemudian pada tahun 2019 sebanyak 8.169.147 wisatawan, meningkat sebanyak 1,19% dari tahun sebelumnya. Selanjutnya pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 8.041.868 wisatawan (Sumber: <https://sumbar.bps.go.id> ,diakses tanggal 29 Maret 2022, pukul 20.00). Penurunan tingkat kunjungan tersebut terjadi akibat pandemi covid-19 yang melanda kegiatan kepariwisataan di berbagai tempat termasuk di Sumatera Barat sendiri.

Salah satu kota di Sumatera Barat yang memiliki potensi pariwisata adalah Kota Padang. Kota Padang adalah ibu kota provinsi Sumatera Barat. Kota Padang merupakan gerbang indonesia dari Samudra Hindia. Wilayah administratifnya memiliki luas 694,6 km dengan kondisi geografi berbatasan laut dan dikelilingi perbukitan. Dengan kondisi ini banyak tempat yang telah

menjadi destinasi wisata di Kota Padang seperti Pantai Padang, Pantai Air Manis, Pantai Nirwana, Danau Cimpago, Pulau Pasumpahan dan lainnya. Destinasi ini telah menarik wisatawan untuk mengunjungi Kota Padang. Tabel 1 dibawah ini menunjukkan jumlah wisatawan yang telah mengunjungi destinasi wisata yang ada di Kota Padang sejak tahun 2017 hingga 2021.

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan di Kota Padang

Tahun	Mancanegara	Domestik	Jumlah
2017	67.286	4.368.375	4.435.661
2018	71.054	5.076.581	5.147.635
2019	88.351	5.384.236	5.472.587
2020	21.660	2.562.966	2.584.626
2021	1.538	1.000.732	1.002.270

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di Kota Padang,2021

Dari Tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan Kota Padang mengalami penurunan sejak tahun 2019. Penurunan jumlah wisatawan terus terjadi hingga tahun 2021. Dapat dilihat pada tahun 2019 pengunjung Kota Padang berjumlah 5.472.587 orang menjadi berjumlah 2.584.626 pada tahun 2020 dan mengalami penurunan yang drastis kembali pada tahun 2021 dengan jumlah 1.002.270 orang. Hal ini juga merupakan dampak dari pandemi covid-19, walaupun Kota Padang memiliki banyak sekali daya tarik wisata yang sangat bagus dan menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan.

Peningkatan jumlah wisatawan sangat penting bagi Kota Padang. Selain dapat membantu memajukan Kota Padang hal tersebut juga dapat

membantu meningkatkan PDRB bagi Kota Padang. Pada tahun 2018, sektor pariwisata memberikan kontribusi terhadap PDRB sebesar 1,44%, tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi 1,50% .Namun sayangnya pada tahun 2020 kontribusi pariwisata terhadap PDRB mengalami penurunan menjadi 1,2% (Sumber : <https://www.padang.go.id>, diakses tanggal 29 Maret 2022, pukul 20.30)

Salah satu daya tarik wisata unggulan Kota Padang sebagai penyumbang PDRB adalah Pulau Pasumpahan. Pulau Pasumpahan terletak di perairan kecamatan Bungus Teluk Kabung Kota Padang Provinsi Sumatera Barat. Untuk menuju Pulau Pasumpahan ada dua rute yang bisa dilewati, yang pertama melalui dermaga Sungai Pisang dan yang kedua melalui dermaga Teluk Bungus. Jika melewati rute dari dermaga Sungai Pisang maka dari pusat Kota akan memakan waktu kurang lebih 1,5 jam perjalanan jalur darat hingga Sungai Pisang dan dilanjutkan dengan perjalanan jalur laut kurang lebih 15 menit dari Sungai Pisang ke Pulau Pasumpahan. Biaya transportasi penghubung dari Sungai Pisang menuju Pulau Pasumpahan menggunakan kapal wisata adalah sebesar Rp 50.000 PP per orang. Namun, jika menggunakan rute dari dermaga Teluk Bungus maka dari pusat kota akan memakan waktu kurang lebih 50 menit perjalanan jalur darat dan dilanjutkan 45 menit jalur laut dari dermaga Teluk Bungus ke Pulau Pasumpahan. Luas Pulau Pasumpahan kurang lebih 5 hektar, dan terdapat hamparan pasir putih dengan laut yang bening, *spot* foto yang menarik serta pemandangan yang indah. Disamping itu,

masih banyak kegiatan yang bisa dilakukan di Pulau Pasumpahan seperti *camping* dan menikmati wahana air seperti *Banana Boat*.

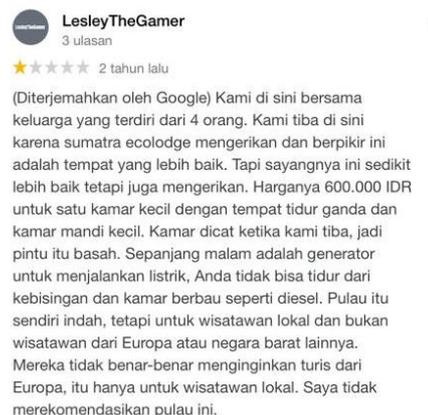


Gambar 1 Potret Pulau Pasumpahan
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis, 29 Maret 2022

Namun, Daya tarik wisata yang ditawarkan di Pulau Pasumpahan masih kurang menarik bagi pengunjung. Berdasarkan data yang diperoleh dari penjual tiket di dermaga, data kunjungan wisatawan Pulau Pasumpahan dalam 5 tahun terakhir adalah sebagai berikut; Tahun 2017 berjumlah 1.325 orang dan meningkat menjadi 1.412 orang pada tahun 2018, kemudian mengalami penurunan yang drastis pada tahun 2019 menjadi 320 orang. Penurunan terus terjadi hingga tahun 2020 menjadi 215 orang dan meningkat kembali di tahun 2021 menjadi 723 orang.

Recommendation intention adalah keinginan pengunjung untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain seperti saudara dan teman-temannya (Prayag dkk, 2017). *Recommendation intention* dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu : merekomendasikan destinasi wisata

pada orang lain, menyampaikan hal positif tentang destinasi wisata, mendorong teman dan kerabat untuk mengunjungi destinasi wisata (Prayag dkk, 2017). Ditinjau dari indikator pertama yaitu merekomendasikan destinasi wisata kepada orang lain, ditemukan keluhan dari pengunjung bahwa pengunjung tersebut tidak mau merekomendasikan Pulau Pasumpahan kepada orang lain dikarenakan harga yang telah dibayarkan tidak sesuai dengan kenyamanan dan fasilitas yang telah didapatkan. Hal ini dapat dilihat pada ulasan *google review* pada Gambar 2 di bawah



Gambar 2. Ulasan pengunjung yang tidak merekomendasikan Pulau Pasumpahan

Sumber : Google review, 29 Maret 2022

Selanjutnya, ditinjau dari indikator kedua yaitu menyampaikan hal positif tentang destinasi wisata. Wisatawan biasanya menyebarkan informasi yang mereka dapatkan tentang destinasi wisata yang mereka kunjungi di laman ulasan seperti *Google Review*. Berdasarkan ulasan di *Google Review*, terdapat komentar negatif pengunjung Pulau Pasumpahan dikarenakan banyaknya penduduk disekitar dermaga untuk menuju Pulau

Pasumpahan yang berbuat curang pada pengunjung baru sehingga banyaknya pengunjung baru yang terpaksa membayar harga lebih dari yang seharusnya. Hal ini dapat dilihat pada ulasan *google review* dibawah ini



Gambar 3 Ulasan negatif pengunjung di Google Review Pulau Pasumpahan

Sumber : Google review, 29 Maret 2022

Disamping itu, berdasarkan wawancara pada pra penelitian yang telah dilakukan peneliti kepada pengunjung Pulau Pasumpahan, sebagian besar pengunjung merasa kecewa dengan hal-hal yang mereka dapatkan saat tiba di dermaga untuk menuju ke Pulau Pasumpahan salah satunya adalah masih banyaknya calo yg menawarkan harga boot yang mahal.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *recommendation intention* adalah pengalaman berkunjung (Cavdet & Erkut, 2015). Menurut Zhang (2018), "Pengalaman berkunjung adalah pengalaman afektif maupun kognitif yang merefleksikan keterikatan antara pengunjung dan destinasi wisata". Pengalaman berkunjung terdiri dari 8 indikator yaitu : senang memiliki pengalaman baru, menikmati pengalaman wisata, pengalaman sekali seumur hidup, kunjungan kesini berbeda dari pengalaman

sebelumnya, mendapatkan sesuatu yang baru dari budaya lokal, menikmati rasa kebebasan, merasa segar, tertarik dengan kegiatan utama.

Ditinjau dari indikator pertama yaitu senang memiliki pengalaman baru, terdapat permasalahan pada kesenangan pengunjung yang telah mengunjungi Pulau Pasumpahan, masih adanya pengunjung yang merasa kurang senang dengan kunjungannya ke Pulau Pasumpahan dikarenakan masih kurangnya aturan dalam melakukan camping di Pulau Pasumpahan. Hal ini dapat dilihat pada ulasan google review dibawah ini



Gambar 4. Ulasan pengunjung tentang pengalaman berkunjung di Pulau Pasumpahan
Sumber : Google review, 29 Maret 2022

Selain dapat dilihat pada google review masalah ini juga penulis temui sendiri di lapangan saat melakukan pra penelitian, penulis dapat melihat masih kurangnya aturan dalam melakukan camping di Pulau Pasumpahan.

Kemudian, ditinjau dari indikator kedua yaitu menikmati pengalaman wisata, terdapat permasalahan pada indikator tersebut seperti masih adanya pengunjung yang kurang menikmati kunjungannya ke Pulau Pasumpahan dikarenakan masih kurangnya sanitasi di Pulau Pasumpahan

yang tidak memenuhi harapan dan kebutuhan pengunjung sehingga pengunjung tidak bisa menikmati dengan sempurna kunjungannya di Pulau Pasumpahan. Hal yang dimaksud menikmati disini adalah merasa *relax* dan nyaman ketika berada di destinasi wisata, ketika sanitasi di destinasi wisata kurang baik maka pengunjung akan merasa tidak nyaman dan tidak menikmati kunjungannya. Keluhan tersebut dapat dilihat pada *google review* dan hasil dokumentasi pra penelitian dibawah ini



Gambar 5. Ulasan pengunjung dan dokumentasi pra penelitian tentang kurangnya sanitasi serta kurang terawatnya fasilitas yang telah ada
Sumber : Google dan dokumentasi pribadi penulis, 29 Maret 2022

Selanjutnya, ditinjau dari indikator kedelapan yaitu tertarik dengan kegiatan utama, terdapat masalah pada kurangnya atraksi pendukung yang dapat dilakukan di Pulau Pasumpahan yang dialami oleh pengunjung baru. Hal ini terjadi dikarenakan masih kurangnya petunjuk informasi atraksi tambahan yang dapat dilakukan di Pulau Pasumpahan sehingga bagi pengunjung baru Pulau Pasumpahan masih kekurangan atraksi tambahan. Saat penulis melakukan pra penelitianpun peneliti hanya dapat melihat 1 unit banana boat sebagai atraksi tambahannya. Hal ini dapat dilihat pada *google review* dan hasil dokumentasi pra penelitian dibawah ini



Gambar 6. Ulasan pengunjung dan dokumentasi pra penelitian tentang kurangnya atraksi tambahan yang dapat dilakukan di Pulau Pasumpahan

Sumber : Google dan dokumentasi pribadi penulis, 29 Maret 2022

Penelitian ini penting untuk diteliti agar tingkat kunjungan ke Pulau Pasumpahan dapat ditingkatkan dan diasumsikan salah satu penyebabnya adalah *Recommendation Intention* yang ditulis oleh pengunjung yang diperoleh dari pengalaman berkunjung ke Pulau Pasumpahan. Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap *Recommendation Intention* pada Daya Tarik Wisata Pulau Pasumpahan”**

B. Identifikasi Masalah

1. Adanya pengunjung yang tidak merekomendasikan daya tarik wisata Pulau Pasumpahan karena harga yang dibayarkan tidak sesuai dengan kenyamanan dan fasilitas yang didapatkan
2. Masih adanya pengunjung yang menulis ulasan negatif tentang pengalaman berkunjungnya ke Pulau Pasumpahan dikarenakan masih banyaknya penduduk yang berbuat curang terhadap pengunjung baru.

3. Adanya beberapa pengunjung yang merasa kurang senang dengan kunjungannya ke Pulau Pasumpahan dikarenakan masih kurangnya aturan dalam melakukan camping di Pulau Pasumpahan.
4. Adanya pengunjung yang tidak menikmati kunjungannya di Pulau Pasumpahan karena masih kurang terjaganya sanitasi di Pulau Pasumpahan
5. Kurangnya atraksi tambahan yang dapat dilakukan di Pulau Pasumpahan bagi pengunjung baru

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Pengalaman berkunjung terhadap daya tarik wisata Pulau Pasumpahan
2. *Recommendation intention* terhadap daya tarik wisata Pulau Pasumpahan
3. Pengaruh pengalaman berkunjung terhadap *recommendation intention* pada daya tarik wisata Pulau Pasumpahan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana pengalaman berkunjung pada daya tarik wisata Pulau Pasumpahan?
2. Bagaimana *recommendation intention* pada daya tarik wisata Pulau Pasumpahan?

3. Bagaimana pengaruh pengalaman berkunjung terhadap *recommendation intention* pada daya tarik wisata Pulau Pasumpahan?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pengalaman Berkunjung Terhadap *Recommendation Intention* pada Daya Tarik Wisata Pulau Pasumpahan.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah :

- a. Mendeskripsikan tentang pengalaman berkunjung pengunjung pada daya tarik wisata Pulau Pasumpahan
- b. Mendeskripsikan tentang *recommendation intention* pengunjung pada daya tarik wisata Pulau Pasumpahan
- c. Menganalisis pengaruh pengalaman berkunjung pengunjung terhadap *recommendation intention* pada daya tarik wisata Pulau Pasumpahan.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengelola Objek Wisata

Sebagai evaluasi mengenai pengaruh pengalaman berkunjung terhadap *recommendation intention* pada daya tarik wisata Pulau Pasumpahan

2. Bagi Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

Sebagai acuan dan rujukan mahasiswa Universitas Negeri Padang terutama pada Departemen Pariwisata Program Studi D4 Manajemen

Perhotelan untuk memperoleh hasil penelitian terkait pengaruh pengalaman berkunjung terhadap *recommendation intention* pada daya tarik wisata Pulau Pasumpahan

3. Bagi Penulis lainnya

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti lainnya

4. Bagi Penulis

Menimplementasikan ilmu kuliah dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (SST)

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. *Recommendation Intention*

a. Definisi *Recommendation Intention*

Recommendation intention adalah salah satu indikator dari loyalitas dimana dapat didefinisikan sebagai perilaku psikologis dari pengunjung yang mendorong orang terdekatnya untuk mengunjungi destinasi wisata yang mereka sukai (Chen dkk, 2020). *Recommendation intention* dapat bersifat positif maupun negatif berdasarkan dari pengalaman dan apa yang dirasakan oleh pengunjung (Susanti & Riptino, 2019). *Recommendation intention* adalah keinginan pengunjung untuk merekomendasikan destinasi pada orang lain seperti saudara dan teman-temannya (Prayag dkk, 2017). *Recommendation intention* merupakan tingkah laku dari pengunjung yang setia dan loyal terhadap destinasi wisata sehingga bersedia merekomendasikan kepada orang lain karena telah mendapatkan pengalaman yang baik dari destinasi wisata (Purwianti & Tio, 2017). Pengunjung menunjukkan loyalitasnya dengan menceritakan pengalaman berwisata serta mengatahkan hal-hal positif terkait destinasi wisata kepada orang lain kemudian merekomendasikan kepada orang lain dan merekomendasikan

kepada orang lain untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut (Hibatullah dkk,2022).

Dari beberapa teori di atas, maka *recommendation intention* dapat disimpulkan sebagai kesediaan pengunjung untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk mengunjungi sebuah objek wisata setelah pengalaman berkunjung mereka.

b. Indikator *recommendation intention*

Prayag dkk, 2017 menyatakan bahwa *recommendation intention* dapat diukur melalui tiga indikator yaitu merekomendasikan destinasi wisata pada orang lain, menyampaikan hal positif tentang destinasi wisata, mendorong teman dan kerabat untuk mengunjungi destinasi wisata.

1) Merekomendasikan kepada orang lain

Seorang pengunjung akan merekomendasikan suatu objek wisata yang dikunjunginya jika dia mendapatkan kesenangan dari objek wisata tersebut

2) Menyampaikan hal positif tentang destinasi wisata

Setiap pengunjung yang merasa puas akan destinasi yang dikunjunginya maka mereka akan mengatakan hal hal positif dari destinasi wisata tersebut kepada orang orang sekitarnya.

3) Mendorong teman dan kerabat untuk mengunjungi destinasi wisata

Seseorang yang telah mengunjungi destinasi wisata dapat mempengaruhi orang lain agar mereka juga berkunjung ke tempat tersebut. Hal ini dapat terjadi ketika pengunjung tersebut merasakan manfaat dari tempat yang telah mereka kunjungi.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi *recomendation intention*

Menurut Cavdet & Erkut (2015) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi *recommendation intention* yaitu *tourism experience, involment dan satisfaction*.

1) *Tourism Experience* (Pengalaman Berkunjung)

Pengalaman berkunjung mengacu pada hasil psikologis dari kegiatan pariwisata. Pengalaman berkunjung adalah bentuk evaluasi subjektif pengunjung. Dalam definisi lain pengalaman berkunjung dapat didefinisikan sebagai bagaimana pengunjung secara emosional mengevaluasi pengalaman mereka saat mengunjungi suatu destiasi wisata

2) *Involment* (Keterlibatan)

Keterlibatan pengunjung didefinisikan sebagai tingkat kepentingan atribut pelanggan ke destinasi, tindakan atau aktivitas dan antusias dan minat yang dihasilkan. Dalam konsep pariwisata keterlibatan didefinisikan sebagai sebuah identifikasi yang dilakukan oleh pengunjung tentang destinasi wisata yang ditandai dengan tumbuhnya minat yang dapat

dicapai ketika wisatawan melakukan aktifitas di destinasi wisata. Keterlibatan juga didefinisikan sebagai tingkat minat seorang pengunjung terhadap kegiatan di destinasi wisata dan adanya respon afektif terkait dengan minat tersebut.

3) *Satisfaction* (Kepuasan)

Jika pengunjung yang puas akan mengunjungi kembali atau merekomendasikannya kepada orang lain, pengunjung yang tidak puas dapat mengungkapkan komentar negatif tentang suatu destinasi maka akan merusak reputasi destinasi tersebut

2. *Tourism Experience* (Pengalaman Berkunjung)

a. Definisi pengalaman berkunjung

Menurut Simanjuntak & Purba (2020), pengalaman adalah ketika seorang pengunjung mendapat sensasi atau pengalaman yang dihasilkan dari berapa tingkat interaksi dengan berbagai elemen yang diciptakan oleh penyedia layanan. Sensasi atau pengetahuan yang didapat tersebut akan secara otomatis tersimpan dalam memori pengunjung. Menurut Setiyariski dkk (2019) pengalaman berkunjung merupakan pengalaman yang didapat oleh konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai proses pelayanan, perusahaan, fasilitas fasilitas dan bagaimana cara seorang pengunjung berinteraksi dengan destinasi wisata dan dengan konsumen lainnya yang akan membuat respon kognitif,

emosi dan perilaku pengunjung dan meninggalkan kenangan tentang pengalaman. Pengalaman berkunjung dapat didefinisikan sebagai kesan penting bagi individu yang melakukan kunjungan wisata yang bersifat subjektif, afektif dan tahan lama (Ardiansyah dkk, 2018). Menurut Walter dkk (dalam Yuniawati, 2016), Pengalaman berkunjung didefinisikan sebagai pengalaman yang didapatkan oleh pengunjung baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai proses pelayanan, perusahaan, fasilitas-fasilitas dan bagaimana cara seorang konsumen berinteraksi dengan destinasi wisata dan dengan pengunjung lainnya.

Berdasarkan teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman berkunjung adalah kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan pengunjung yang menciptakan kesan baik dan merasa puas dengan perjalanan wisata tersebut sehingga selalu diingat dan tidak mudah dilupakan oleh pengunjung setelah mengunjungi destinasi wisata tersebut. Pengalaman pariwisata diciptakan melalui proses mengunjungi, belajar, dan menikmati kegiatan di lingkungan destinasi wisata yang dikunjungi.

b. Indikator pengalaman berkunjung

Su dkk (2020) mengemukakan indikator untuk mengukur pengalaman berkunjung, yaitu senang memiliki pengalaman baru, sangat menikmati pengalaman wisata, ini adalah pengalaman sekali seumur hidup, kunjungan kesini berbeda dari pengalaman

sebelumnya, mendapatkan sesuatu yang baru tentang budaya lokal, menikmati rasa kebebasan, merasa segar, tertarik dengan kegiatan utama dari pengalaman wisata.

1) Senang memiliki pengalaman baru

Setiap pengunjung yang datang ke objek wisata tentunya berharap untuk mendapatkan pengalaman baru di destinasi wisata yang mereka kunjungi, rasa senang yang mereka dapatkan dari kepuasan saat berkunjung ke destinasi wisata menjadi tolak ukur untuk mengukur pengalaman berwisata.

2) Menikmati pengalaman wisata

Pengunjung datang untuk berekreasi ke destinasi wisata, mereka memilih berkunjung ke destinasi wisata yang mereka anggap sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengalaman berwisata terukur dari bagaimana cara mereka menikmati pengalaman berada di destinasi wisata.

3) Pengalaman sekali seumur hidup

Pengalaman sekali seumur hidup menunjukkan bahwa pengalaman berwisata yang dialami berbeda dengan pengalaman berwisata sebelumnya serta tidak akan didapat lagi di destinasi wisata lainnya.

4) Kunjungan kesini berbeda dari pengalaman sebelumnya

Kunjungan yang berbeda dari kunjungan sebelumnya juga membentuk sebuah pengalaman dibenak pengunjung. Sebuah keunikan dari destinasi wisata memiliki arti penting. Setiap pengunjung mengharapkan pengalaman pengalaman yang berbeda dari dari setiap objek wisata yang mereka kunjungi.

5) Mendapatkan sesuatu yang baru dari budaya lokal

Setiap pengunjung yang datang ke objek wisata akan senang jika mendapatkan sesuatu hal yang baru dari kunjungannya seperti dapat belajar budaya baru dari tempat yang dikunjunginya

6) Menikmati rasa kebebasan

Setiap pengunjung yang datang ke objek wisata tentunya juga mengaharapkan rasa kebebasan dari destinasi wisata yang mereka kunjungi

7) Merasa segar

Pengunjung melakukan perjalanan wisata dengan mencari suasana baru diluar tempat tinggalnya untuk melepaskan rasa jenuh dari aktifitas seharian.

8) Tertarik dengan kegiatan utama

Selain menikmati keindahan yang ada pada suatu objek wisata pengunjung juga sangat pengharapkan sebuah kegiatan

maupun atraksi pendukung yang bisa dilakukan di destinasi tersebut

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang mengukur pengaruh pengalaman berkunjung terhadap *recommendation intention* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

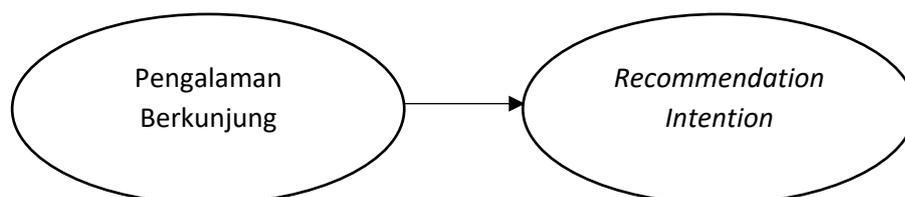
Tabel 2. Penelitian terdahulu

No	Author	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
1	Mustafa Cavdet Altunel, Berkay Erkut (2015)	Cultural tourism in Istanbul : The mediation effect of tourist experience and satisfaction on the relationship between and recommendation intention	Penelitian ini menggunakan metode SEM (strucktural equation model) dengan menggunakan smart PLS3 sebagai alat analisis	Penelitian ini tentang pengaruh pengalaman berkunjung, keterlibatan dan kepuasan terhadap <i>recommendation intention</i> . Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa pengalaman mempengaruhi <i>recommendation intention</i> sebesar 20,7%
2	Jing (Bill) Xu, Libo Yan & Connie K.Y.Mak (2021)	Destination Residents Epected Tourist Experience of Unconventional Attraction and their Intention to Recommendation	Penelitian ini menggunakan exploratory factor analysis (EFA)	Hasil dari penelitian ini adalah <i>recommendation intention</i> dipengaruhi oleh beebprapa faktor diantaranya <i>social interaction, historical interaction, entertainment experience, unique mobility and slow tourism</i>

3	M. Rivera, K. Semrad, R. Cross (2015)	The five E's in festival experience in the context of Gen Y : Evidence from a small island destination	Penelitian ini menggunakan metode SEM (struktural equation model) sebagai teknik analisis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman berkunjung wisatawan gen Y mempengaruhi perilaku mereka dalam merekomendasikan small island destination (SID). Pengaruh pengalaman berkunjung terhadap <i>recommendation intention</i> pada penelitian ini sebesar 79%.
---	---------------------------------------	--	---	---

C. Kerangka Konseptual

Salah satu faktor yang mempengaruhi *recommendation intention* adalah pengalaman berkunjung. Pengalaman berkunjung adalah kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan pengunjung yang menciptakan kesan baik dan merasa puas dengan perjalanan tersebut sehingga selalu diingat dan tidak mudah dilupakan oleh pengunjung setelah mengunjungi destinasi wisata tersebut. Sedangkan *recommendation intention* adalah kesediaan pengunjung untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk mengunjungi sebuah daya tarik wisata setelah pengalaman berkunjung mereka. Untuk itu kerangka konseptual dalam penelitian ini dituangkan seperti gambar dibawah ini



Gambar 7 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

Ha = Terdapat pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap *Recommendation Intention* pada Daya Tarik Wisata Pulau Pasumpahan

Ho = Tidak ada pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap *Recommendation Intention* pada Daya Tarik Wisata Pulau Pasumpahan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman berkunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recommendation intention* di daya tari wisata Pulau Pasumpahan dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Variabel X (pengalaman berkunjung) dari indikator yang telah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dengan nilai sebesar 5,73 dengan TCR 89,6% dengan kategori baik.
2. Variabel Y (*recommendation intention*) dari indikator yang telah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan sebesar 4,52 dengan TCR 90,4% dengan kategori sangat baik.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara pengalaman berkunjung terhadap *recommendation intention* sebesar 40,5% dan 59,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

1. Pihak pengelola Pulau Pasumpahan

Berdasarkan hasil dari penelitian dimana TCR terendah terdapat pada indikator yang terkait dengan inovasi dan kebaruan dari objek

wisata, penulis menyarankan agar pengelola dapat menyediakan wahana

baru yang dapat menyegarkan pengalaman berkunjung, misalnya adanya atarksi mingguan atau bulanan untuk mengenalkan budaya daerah setempat sehingga pengunjung yang dapat ke Pulau Pasumpahan dapat merasakan nilai budaya saat berkunjung ke sana. Disamping itu, penulis juga menyarankan pengelola untuk memberikan aturan dalam melakukan camping di Pulau Pasumpahan serta mengawasi dengan bijak kegiatan yang dilakukan oleh pengunjung di Pulau Pasumpahan, sehingga yang dapat menikmati Pulau Pasumpahan bukan hanya anak muda saja, tetapi pengunjung yang sudah berumur maupun yang ingin melakukan kunjungan bersama keluarga juga bisa menikmati kunjungan mereka dengan maksimal. Sehingga, kedepannya Pulau Pasumpahan bisa dinikmati oleh semua kalangan dan akan lebih banyak lagi pengunjung yang akan merekomendasikan Pulau Pasumpahan ke orang lain.

2. Departemen Pariwisata

Disarankan agar Departemen Pariwisata dapat menambah buku, jurnal, serta referensi tambahan dalam perkuliahan terutama pada mata kuliah, metodologi penelitian, tata tulis karya ilmiah serta penelitian pariwisata dan perhotelan.

3. Peneliti Lain

Bagi peneliti lain disarankan untuk mencari faktor lain selain pengalaman berkunjung yang mungkin mempengaruhi *recommendation intention* terhadap daya tarik wisata Pulau

Pasumpahan, seperti teknik pengambilan sampel yang berbeda dan juga metodologi lain yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cevdet Altunel, M., & Erkut, B. (2015). Cultural tourism in Istanbul: The mediation effect of tourist experience and satisfaction on the relationship between involvement and recommendation intention. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(4). <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.06.003>
- Chen, X., Cheng, Z. feng, & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5). <https://doi.org/10.3390/su12051904>
- Hibatullah, Naufal; Suardana, I Wayan; Sudiarta, I Nyoman. Customer Experience, Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Wisatawan di Floating Market Lembang Bandung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, [S.1.], p.461-495
- Hinduan, Z. R., Anggraeni, A., & Agia, M. I. (2020). Generation Z in Indonesia: The Self-Driven Digital. In *The New Generation Z in Asia: Dynamics, Differences, Digitalization*. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-220-820201012>
- Muhammad, A., Aisjah, S., & Rofiq, A. (2018). Penilaian Memorable Tourism Experience sebagai Faktor Penentu Daya Saing Destinasi Wisata dengan Menggunakan Pendekatan Rapid Appraisal (RAP). *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i2.006>
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & del Chiappa, G. (2017). Understanding the Relationships between Tourists' Emotional Experiences, Perceived Overall Image, Satisfaction, and Intention to Recommend. *Journal of Travel Research*, 56(1). <https://doi.org/10.1177/0047287515620567>
- Purwianti, L., & Tio, K. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1). <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.415>
- Rivera, M., Semrad, K., & Croes, R. (2015). The five E's in festival experience in the context of Gen Y: Evidence from a small island destination. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 19(2). <https://doi.org/10.1016/j.reimke.2015.06.001>
- Setiyariski, dkk (2019). Membangun Nilai Behavioral Intention Melalui Tourist Experience (Studi Tentang Tourist Experience Dampaknya Terhadap Behavioral Intention di Floating Market Lembang). *Media Wisata*, 17(November), 1113–1122. <https://doi.org/10.36276/mws/v17i1>
- Su, D. N., Nguyen, N. A. N., Nguyen, Q. N. T., & Tran, T. P. (2020). The link between travel motivation and satisfaction towards a heritage destination: The role of visitor engagement, visitor experience and

- heritage destination image. *Tourism Management Perspectives*, 34. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100634>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, D. N., & Riptiono, S. (2019). Pengaruh Customer Experience, Utilitarian Benefit dan Hedonic Benefit terhadap Intention to Recommended melalui Customer Satisfaction. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2019.v13.i02.p07>
- Xu, J., Yan, L., & Mak, C. K. Y. (2022). Destination Residents' Expected Tourist Experiences of Unconventional Attractions and their Intention to Recommend. *Journal of China Tourism Research*, 18(3). <https://doi.org/10.1080/19388160.2021.1871693>
- Yosephine Simanjuntak, D. C., & Purba, P. Y. (2020). Peran Mediasi Customer Satisfaction dalam Customer Experience Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2). <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i2.4795>
- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. I. (2016). Pengaruh Customer Experience terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.17509/thej.v6i1.2009>
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>

<https://sumbar.bps.go.id/indicator/16/312/2/kunjungan-wisatawan-nusantara-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-sumatera-barat.html>

<https://www.padang.go.id/pariwisata-dalam-perspektif-statistik>