

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *REVISIT INTENTION*  
SUMBER ADVENTURE CENTRE (SAC) KUTOARJO

**Faiqotul Mukarromah**  
Manajemen STIE Putra Bangsa  
Email: [faiqotul348@gmail.com](mailto:faiqotul348@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Customer Experience* terhadap *Revisit Intention* pada Sumber Adventure Centre (SAC) kutoarjo. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden pada pengunjung yang sudah pernah berkunjung, ataupun yang baru pertama kali mengunjungi Sumber Adventure Center (SAC) Kutoarjo. Alat analisis data menggunakan bantuan program aplikasi computer yaitu *SPSS for windowsversion 22* yang meliputi Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda serta Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan model memenuhi asumsi normalitas. Hasil penelitian ini menunjukkan variable *Comfort* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention* SAC Kutoarjo, variable *Education* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention* SAC Kutoarjo, variable *hedonic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap, *Revisit intention* SAC Kutoarjo, variable *Beauty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention* SAC Kutoarjo, serta keempat variable juga berpengaruh secara bersama-sama terhadap *Revisit intention* SAC Kutoarjo.

Kata kunci: *Comfort, Education, Hedonic, Beauty* dan *Revisit Intentions* SAC Kutoarjo.

**Abstract**

*This research aims to test and analyze the impact of Customer Experience on Revisit Intention at the source Adventure Centre (SAC) Kutoarjo. Sampling techniques using non- Probability sampling, this study took a sample of 100 respondents Visitors who have visited, or first time Visit the source of Adventure Center (SAC) Kutoarjo. The Data analysis tool uses the help of the computer application program SPSS for WindowsVersion 22 which includes validity and reliability test instruments, classical assumption test, multiple linear regression analyses and hypotheses tests.*

*The results of this study showed that all variables are valid and reliable, there is no multicholinerity, no heteroskedastisity and the model meets the normality assumption. The results of this study showed that variable Comfort has positive and significant effect on Revisit intention SAC Kutoarjo, variable Education is positively influential and significant to the Revisit intention SAC Kutoarjo, an influential variable hedonic Positive and significant towards, Revisit intention SAC Kutoarjo, variable Beauty has positive and significant effect on Revisit intention SAC Kutoarjo, as well as the four variables also influence jointly against Revisit intention SAC Kutoarjo.*

Keywords: *Comfort, Education, Hedonic, Beauty* and *Revisit Intentions* SAC Kutoarjo.

**PENDAHULUAN**

Sektor pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan dan prioritas utama pengembangan industri pariwisata bagi sejumlah negara, terlebih bagi negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki potensi wilayah yang sangat luas, dengan adanya daya tarik wisata yang cukup besar, banyaknya keindahan alam, aneka warisan, sejarah budaya dan kehidupan masyarakat yang beragam.

Banyaknya wisatawan yang tidak memiliki niat

untuk berkunjung kembali (*revisit intention*) kesuatu daya tarik wisata, merupakan isu utama yang sedang dikaji dalam industri destinasi wisata fenomena ini dapat disebabkan ketidakpuasan wisatawan selama berkunjung ke destinasi tersebut. Niat untuk berkunjung ulang dan kepuasan wisatawan menjadi hal yang penting untuk dikaji dalam ilmu pariwisata. Berbagai penulis dan para ahli mendukung pernyataan tersebut, bahwa kepuasan ditentukan oleh destinasi dan dibentuk oleh pengalaman, merupakan hal yang sangat penting untuk semua

destinasi wisata dalam mengukur tingkat kepuasan karena mampu mempengaruhi pemilihan destinasi, dapat meningkatkan keputusan untuk berkunjung kembali (Kozak, 2010)

(Zeithaml et al., 2009) *Revisit intention* adalah kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktifitas atau berkunjung ulang ke suatu destinasi. Menurut Anderson & Sullivan et.al menyebutkan bahwa persepsi wisatawan terhadap pengalaman yang diterimanya di suatu destinasi secara tidak langsung akan mempengaruhi kecenderungan wisatawan untuk membuat kunjungan ulang (*revisit intention*) ke destinasi wisata tersebut ataupun tidak. Sehingga pengalaman yang didapatkan oleh pelanggan sangat berpengaruh terhadap *revisit intention* yang nantinya akan mempengaruhi wisatawan dalam membuat keputusan di masa yang akan datang.

Berkaitan dengan pengulangan ke SAC, hal ini layak untuk dipelajari agar bermanfaat bagi semua pemangku kepentingan terkait. Temuan studi ini akan memberikan pandangan tentang bagaimana mempertahankan SAC sebagai tujuan wisata populer di Purworejo dalam arti memberikan lebih banyak niat kepada pengunjung dapat menghasilkan efek yang lebih positif pada pengunjung pertama, karena repeater dapat mewakili kesetiaan kepada tujuan. Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengunjung mengunjungi SAC kembali. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang, akan tetapi yang paling menonjol adalah faktor permasalahan yang terjadi dalam industri pariwisata adalah kepuasan yang bukan berasal dari kualitas produknya saja, melainkan kualitas layanan, kesesuaian harga, dan lain-lain

Wahana wisata terpadu Sumber Adventure Center (SAC) adalah milik PO Sumber Alam, terletak tepat di tepi jalan utama Kabupaten Purworejo (jalur selatan). Dengan luasan lebih dari 12 ha, kawasan ini berada di tepi jalan raya, tepatnya di jalan Kutoarjo-Kebumen km 3.5, desa Andong Kecamatan Butuh Kabupaten Purworejo. Berada di tengah tengah antara Yogya dan Purwokerto, (2 jam dari Yogya, dan 2 jam dari Purwokerto) merupakan tempat yang pas untuk beristirahat setelah menempuh perjalanan panjang sambil berekreasi di jalur selatan. Kawasan wisata terpadu merupakan obyek wisata buatan manusia yang bisa menjadi pilihan untuk dijadikan sebagai tujuan wisata yang wajib dikunjungi.

SAC Kutoarjo merupakan destinasi wisata terpadu tempat wisata dimana terdapat waterpark, waterball, istana bermain anak, Rest area, gallery motor dan, meeting room (Bissoto)

dan gedung untuk disewakan (MICE) seperti hall atas dan panggung lesehan, hal tersebut merupakan peluang yang harus ditangkap oleh perusahaan untuk dapat menarik konsumen dan menciptakan pengalaman yang positif bagi pengunjung. Schmitt (1999) menyatakan bahwa pengalaman memberikan nilai sensorik, emosional, kognitif, perilaku dan relasional yang menggantikan nilai-nilai fungsional.

Martí'nez, et al (2009) dalam penelitian menemukan bahwa pengalaman pengunjung yang positif pada suatu grup tertentu dapat menciptakan kunjungan kembali ke destinasi tersebut. Hal ini menjadi penting bahwa untuk pengunjung merasakan kepuasan yang positif pada suatu destinasi yang telah dikunjungi. *Customer experience* atau pengalaman pengunjung saat ini adalah medan tempur penting bagi semua perusahaan, dengan melampaui kepuasan konsumen dan menyajikan pengalaman konsumen yang sempurna, dan lintas *channel* tanpa hambatan, akan mendorong loyalitas konsumen untuk loyal.

Rageh et al. (2013:136) menyebutkan bahwa *customer experience* memiliki dimensi diantaranya yaitu *comfort*, *educational*, *hedonic* dan *beauty*.

*Comfort* yaitu mengarah kepada *basic amenities* yang di sediakan untuk memastikan kenyamanan di SAC, strategi yang dilakukan oleh SAC Kutoarjo yaitu diberdayakan tenaga-tenaga pengelola yang berpengalaman dan yang terbaik dalam melayani wisatawan saat berkunjung meningkatkan kenyamanan, jika dahulu minim toilet, tempat parkir yang asal, namun sekarang pengelola selalu melakukan pembenahan fasilitas seperti rest area ,toilet, tempat parkir, mushola untuk istirahat wisatawan dan kenyamanan saat melakukan aktifitas di SAC Kutoarjo.

*Educational* wisatawan akan mendapatkan pengalaman edukasi atau bisa disebut juga "belajar sambil bermain" yang merupakan percampuran dari penjelajahan, eksplorasi, stimulasi mental dan semangat yang mereka dapatkan saat melakukan wisata dikarakteristikan oleh sifat wisatawan untuk melakukan aktifitas belajar berenang meningkatkan kemampuannya ataupun sekedar bermain di SAC.

*Hedonic* dengan pemandangan dan suasana yang indah dapat membuat wisatawan yang berkunjung kesana merasa senang dan sangat bersemangat dalam melakukan wisata serta mudah dikenang, dengan sensasi suasana yang lebih di tata dengan rapi maka wisatawan dapat menikmati suasana di SAC Kutoarjo. *Beauty* dikarakteristikan dengan keunikan, dengan keindahan lokasi SAC yang selalu di jaga.

Menciptakan pengalaman positif suatu tempat

liburan kepada konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu pengelola tempat wisata, begitu pula halnya pada SAC. Pengalaman positif yang telah tertanam di benak konsumen akan mendorong konsumen dengan mudah untuk membuat konsumen merelakan waktu, tenaga maupun pendapatannya untuk dapat memenuhi keinginannya akan suatu produk atau jasa. Konsumen yang merasa puas terhadap produk yang mereka beli ditentukan oleh perbandingan antara harapan mereka dan kemampuan produk memenuhi harapan tersebut, berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION SUMBER ADVENTURE CENTRE (SAC) KUTOARJO**

### TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang di atas tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel (*comfort*) terhadap *Revisit Intention* SAC Kutoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh variable (*education*) terhadap *Revisit Intention* SAC Kutoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel (*hedonic*) terhadap *Revisit Intention* SAC Kutoarjo.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel (*beauty*) terhadap *Revisit Intention* SAC Kutoarjo.
5. Untuk mengetahui pengaruh *comfort*, *education*, *hedonic*, dan *beauty* secara bersama-sama terhadap *Revisit Intention* SAC Kutoarjo.

### KAJIAN TEORI

#### a. *Comfort* (kenyamanan)

Studi kualitatif mengindikasikan bahwa keputusan konsumen dalam menentukan destinasi untuk berwisata sangat berkaitan dengan keinginan untuk mendapatkan relaksasi. Konsumen mengarah kepada *basic amenities* yang SAC sediakan untuk memastikan kenyamanan dan juga menciptakan relaksasi. Penemuan tersebut sesuai dengan teori yang disampaikan oleh (Rageh et al., 2013:136). Indikator dari variabel *comfort* adalah sebagai berikut:

- 1) *Facilities* (fasilitas)
- 2) *Activity* (aktifitas)
- 3) *Climate* (iklim)

#### b. *Educational* (edukasi)

“Belajar sambil bermain”, merupakan percampuran dari penjelajahan, eksplorasi, stimulasi mental dan semangat. Parker

(2006). Indikator dari variabel *education* adalah sebagai berikut:

- 1) *Exploration* (eksplorasi)
- 2) *Knowlege* (pengetahuan)

#### c. *Hedonic* (hedonis)

Dimensi hedonis melambangkan semangat, kenikmatan dan mudah dikenang Rageh et al. (2013:138). Indikator dari variabel *hedonic* adalah sebagai berikut:

- 1) *Enjoyment* (kenikmatan)
- 2) *Memorability* (memorabilitas)

#### d. *Beauty* (keindahan)

Keindahan adalah sebuah aspek dari sebuah idealisasi pengalaman dimana suatu objek, suara dan konsep dipercaya untuk memiliki kualitas dari kesempurnaan formal. Rageh et al. (2013:141). Indikator dari *beauty* adalah:

- 1) *Beauty* (keindahan)
- 2) *Unique* (unik)

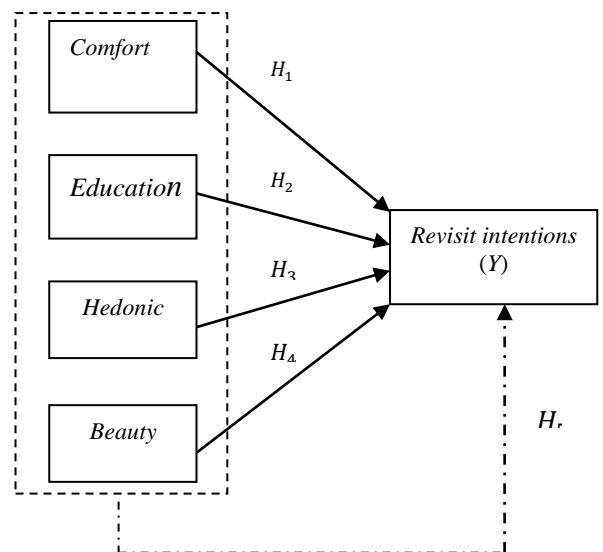
#### e. *Revisit intention*

*Revisit intention* merupakan bentuk perilaku (*behavioral intention*) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali memberi *word of mouth* yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan. (zeithmal et al.2009). Indikator dari variabel *revisit intentions* adalah sebagai berikut :

- 1) *Recommend inten to recommend*
- 2) *Revisit intention to revisit*

### MODEL EMPIRIS

Berdasarkan judul Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Sumber Adventure Centre (SAC) Kutoarjo penelitian model empiris diperjelas dengan gambar sebagai berikut:



Berdasarkan model empiris maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H1: *Comfort* (kenyamanan) berpengaruh terhadap *revisit intention* pengunjung SAC Kutoarjo.
- H2: *Education* (belajar sambil bermain) berpengaruh terhadap *revisit intention* pengunjung SAC Kutoarjo.
- H3: *Hedonic* (kesenangan) berpengaruh terhadap *revisit intention* pengunjung SAC Kutoarjo.
- H4: *Beauty* (keindahan) berpengaruh terhadap *revisit intention* pengunjung SAC Kutoarjo.
- H5: *Comfort*, *education*, *hedonic* dan *beauty* berpengaruh terhadap *revisit intention* pengunjung SAC Kutoarjo.

## METODE

Rancangan penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis dan jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif. sampel pada penelitian ini adalah pengunjung yang pernah melakukan kunjungan ke SAC Kutoarjo sejumlah 100 orang.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan antara lain: (1) wawancara, (2) kuesioner, (3) dokumentasi, (4) studi pustaka. Alat bantu pengolahan data menggunakan *SPSS for windows versi 22.0*. Teknik analisis data dilakukan dengan dua cara yaitu analisis deskriptif dan analisis statistika. Analisis data secara statistika meliputi:

- (1) Uji Validitas dan Uji Reliabilitas,
- (2) Uji Asumsi Klasik,
- (3) Uji Hipotesis,
- (4) Analisis regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009:49). Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel *comfort*, *education*, *hedonic* dan *beauty* menunjukkan bahwa pada kolom r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0,1966) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrumen pernyataan pada kuesioner variabel *comfort*, *education*, *hedonic* *beauty* dan *revisit intention* dinyatakan valid.

### Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan ketentuan jika  $r\ \alpha > 0,60$  maka butir atau variabel tersebut reliabel dan sebaliknya jika  $r\ \alpha < 0,60$  maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r kritis	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Comfort</i>	0,60	0,645	Reliabel
<i>Education</i>	0,60	0,608	Reliabel
<i>Hedonic</i>	0,60	0,606	Reliabel
<i>Beauty</i>	0,60	0,645	Reliabel
<i>Revisit Intention</i>	0,60	0,853	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2019

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas terhadap 5 variabel menunjukkan hasil yang reliabel, karena masing-masing instrumen memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk menguji pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tolerance. Model regresi dikatakan bebas dari multikolonieritas apabila memiliki nilai VIF  $\leq 10$  dan mempunyai angka tolerance  $\geq 0,10$ .

### Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Coefficients <sup>a</sup>	
	Tolerance	VIF
<i>Comfort</i>	0,974	1,027
<i>Education</i>	0,976	1,025
<i>Hedonic</i>	0,997	1,003
<i>Beauty</i>	0,998	1,012

seluruh nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independennya.

### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual di suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. *scatterplot* menunjukkan bahwa semua datanya menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian tersebut terbebas dari gejala heterokedastisitas

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal

atau tidak. Pada normal probability plot, data dikatakan normal jika penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hasilnya dapat dilihat pada gambar berikut:

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,34860872
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,065
	Negative	-,042
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

output SPSS tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi *asympt. Sig. (2-tailed)* sebesar  $0,200 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
1 (constant)	-11,736
Comfort	0,520
Education	0,497
Hedonic	0,808
Beauty	0,269

Berdasarkan di atas, maka dapat di buat persamaan regresi liniernya sebagai berikut :  
 $Y = -11,736 + 0,520X_1 + 0,497X_2 + 0,808 X_3 + 0,269 X_4 + \epsilon$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = -11,736  
Konstanta sebesar -11,736 berarti apabila variable bebas (*comfort*, *education*, *hedonic*, dan *beauty*) bernilai 0, maka akan meningkatkan nilai variabel kepuasan pengunjung sebesar -11,736
2.  $b_1 = 0,520$   
Koefisien regresi sebesar 0,520 artinya variabel *comfort* ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap *revisit intention* (Y). Jika variabel *comfort*( $X_1$ ) naik satu satuan sementara variabel independen lain tetap, maka variabel *revisit intention* (Y) akan meningkat 0,520.
3.  $b_2 = 0,497$

Koefisien regresi sebesar 0,497 artinya variabel *education* ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap *revisit intention* (Y). Jika variabel *education*( $X_2$ ) naik satu satuan sementara variabel independen lain tetap, maka variabel *revisit intention* (Y) akan meningkat 0,497

4.  $b_3 = 0,808$   
Koefisien regresi sebesar 0,808 artinya *hedonic* ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap *revisit intention* (Y). Jika variabel *hedonic* ( $X_3$ ) naik satu satuan sementara variabel independen lain tetap, maka variabel *revisit intention* (Y) akan meningkat 0,808.
5.  $b_4 = 0,269$   
Koefisien regresi sebesar 0,269 artinya variabel *beauty* ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap *revisit intention* (Y). Jika variabel *beauty*( $X_4$ ) naik satu satuan sementara variabel independen lain tetap, maka variabel *revisit intention* (Y) akan meningkat 0,269.

#### Uji Hipotesis

##### Uji Parsial (Uji t)

##### Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Signifikan	Kesimpulan
Comfort	3,951	1,985	0,000	Berpengaruh
Education	3,371	1,985	0,001	Berpengaruh
Hedonic	5,802	1,985	0,000	Berpengaruh
Beauty	2,064	1,985	0,042	Berpengaruh

##### a. Variabel Comfort

Berdasarkan hasil analisis di atas di ketahui bahwa variabel *comfort* ( $X_1$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,951 > t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa variabel *comfort* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo

##### b. Variabel Education

Berdasarkan hasil analisis di atas di ketahui bahwa variabel *education* ( $X_2$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,371 > t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa variabel *education* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo.

##### c. Variabel Hedonic

Berdasarkan hasil analisis di atas di ketahui bahwa variabel *hedonic*( $X_3$ ) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,802 > t_{tabel} 1,985$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,00$ . Hasil ini menyatakan bahwa variabel *hedonic*

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo.

d. **Variabel *Beauty***

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa variabel *beauty* (X4) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,064 > t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikan  $0,042 < 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa variabel *beauty* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo.

**Uji Simultan (Uji F)**

Berdasarkan hasil Uji ANOVA atau bersama-sama diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 14,229 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  diketahui bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,47 maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel *Comfort* (X1), *Education* (X2), *Hedonic* (X3) dan *Beauty* (X4) berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* (Y) pada pengunjung SAC Kutoarjo.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dapat diketahui dari besarnya nilai *Adjusted R<sup>2</sup>*. Data diolah dengan alat bantu analisis *SPSS for windows* versi 22.

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,348 artinya 34,8% variabel *comfort*, *education*, *hedonic* dan *beauty* sedangkan sisanya ( $100\% - 34,8,0\% = 65,2\%$ ) atau 65,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

**Implikasi Manajerial**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (*Comfort*, *Education*, *Hedonic* dan *Beauty*) terhadap variabel terikat (*Revisit Intention*). Implikasi yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui *comfort* terhadap *revisit intention*. Berdasarkan hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $3,951 > t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 > 0,05$  artinya *comfort* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intentions*. Hal ini menjelaskan bahwa *Comfort* berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang. Hal ini berarti pengunjung merasakan kenyamanan kunjungan di SAC Kutoarjo, dengan demikian besar kemungkinan pengunjung yang merasakan kenyamanan tersebut akan melakukan kunjungan ulang di SAC Kutoarjo.
2. Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh *education* terhadap *revisit intention*. Berdasarkan hasil uji t

diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $3,371 > t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  artinya *education* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini menjelaskan bahwa *Education* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*.

3. Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh *hedonic* terhadap *revisit intention*. Berdasarkan hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $5,802 > t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya *hedonic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Revisit intention*. Hal ini menjelaskan bahwa *Hedonic* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*.
4. Pengujian hipotesis keempat dilakukan untuk mengetahui *beauty* terhadap *revisit intention*. Berdasarkan hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $2,064 > t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,042 < 0,05$  artinya *Beauty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention* hal ini menjelaskan bahwa *beauty* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*.
5. Pengaruh variabel dependen secara bersama-sama terhadap variabel *Revisit Intention*.  
Dari analisis uji ANOVA pada uji F diketahui nilai F sebesar  $14,229 > F_{tabel}$  2,47 dengan tingkat signifikan 0,000. Dikarenakan probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,005, maka variabel bebas yang terdiri dari *comfort*(x1), *education*(x2), *hedonic* (x3) dan *beauty*(x4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*(Y).

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Revisit Intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari 100 responden yang berkunjung ke SAC Kutoarjo menunjukkan hasil bahwa responden di dominasi oleh laki-laki dengan aktivitas sebagai pelajar dengan skala usia 17 – 23 tahun dan berdomisili di Kabupaten Purworejo.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *comfort* berpengaruh secara signifikan yaitu berdasarkan hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $3,951 > t_{tabel}$  sebesar 1,985 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 > 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa variabel *comfort* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *education* (X2) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,371 > t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa variabel *education* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo.
  4. Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa variabel *hedonic*(X3) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,802 > t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,00$ . Hasil ini menyatakan bahwa variabel *hedonic* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo.
  5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *hedonic*(X3) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,802 > t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,00$ . Hasil ini menyatakan bahwa variabel *hedonic* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo.
  6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil analisis di di ketahui bahwa variabel *beauty* (X4) mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,064 > t_{tabel}$  1,985 dengan tingkat signifikan  $0,042 < 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa variabel *beauty* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* pada pengunjung SAC Kutoarjo.
  7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,348 artinya 34,8% variabel *comfort*, *education*, *hedonic* dan *beauty* sedangkan sisanya ( $100\% - 34,8,0\% = 65,2\%$ ) atau 65,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.
  8. Dari analisis uji ANOVA pada uji F diketahui nilai F sebesar  $14,229 > F_{tabel}$  2,47 dengan tingkat signifikan 0,000. Dikarenakan probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,005, maka variabel bebas yang terdiri dari *comfort* (X1), *education* (X2), *hedonic* (X3) dan *beauty* (X4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*(Y).
- membuat pengunjung merasa lebih nyaman selain itu perlu diadakannya pemandu di area kolam renang yang akan membantu memudahkan pengunjung dalam meminimalisir terjadinya kecelakaan.
2. Diharapkan untuk meningkatkan edukasi di SAC Kutoarjo perlu diadakannya pusat informasi di area sebelum memasuki SAC Kutoarjo, agar pengunjung dapat dengan mudah mencari informasi ataupun menanyakan hal hal yang mereka ingin ketahui.
  3. Untuk meningkatkan kegembiraan dan kesenangan para pengunjung saat berada di SAC Kutoarjo, pihak pengelola harus menambahkan wahana di SAC untuk lebih menarik minat dan membuat semangat pengunjung untuk berenang atau hanya sekedar jalan jalan.
  4. Diharapkan dengan semakin berkembangnya destinasi wisata ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan para pengunjung, untuk menambah keindahan dan memudahkan wisatawan untuk berkunjung disana.
  5. Diharapkan pihak pengelola dapat mempertahankan dan meningkatkan kunjungan ulang pengunjung SAC Kutoarjo. Karena jika pengunjung merasa nyaman, aman dan senang saat melakukan kunjungan di SAC maka dengan sendirinya mereka akan kembali lagi dan merekomendasikan kepada orang lain untuk datang kesana, ataupun hanya dengan menyebarkan informasi informasi yang positif mengenai SAC Kutoarjo kepada orang lain, juga sudah menjadi suatu keuntungan bagi SAC karena dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Sehingga diharapkan dapat mempertahankan kunjungan pengunjung yang datang ke SAC Kutoarjo, karena mempertahankan itu lebih sulit dari pada menciptakan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baker, D. A., & Crompton, J. L. 2000. *Quality, satisfaction, and behaviour intentions*. *Annals of Tourism Research*, 27(3)Bogor.
- Bolton, R.N. dan Drew, J.H.(1991), "A multistage model of customer's assessment of service quality and value", *Journal of Consumer Research*.
- Chang, S. & Lee, M. (2014). *A study on relationship among leadership*,

#### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung di SAC Kutoarjo sebaiknya pihak pengelola dapat meningkatkan kebersihan agar

- organizational culture, the operation of learning organization and employees' job satisfaction. The Learning Organization*, Vol. 14 Iss 2 pp. 155 – 185.
- Farida Jasfar., (2005), *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Ghalia, Indonesia
- Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hatane, Semuel. 2013. Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1:1-10.
- Jasfar, Farida. 2002. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor:Ghalia Ilmu.
- Kolcaba, K. & DiMarco, M. A. (2005) Comfort theory and its application to pediatric nursing. *Pediatric Nursing*, 31 (3), 187-194.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta :Indeksia.
- Kozak, M. 2010. Destination Brands vs Destination Images: Do We Know What We Mean?. *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 12, No. 4, March: 299 – 317
- Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2006). *What Makes a Great Customer Experience*. Cranfield Customer Management Forum
- Lin, C.H. 2012. Effects of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, And Self Health Perception on the Revisit Intention Of Hot Springs Tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, p. 1-22.
- Martinez, C. and Walker, A.M., 2009, Comparative Safety Evaluation of Non-narcotic Analgesics, *J Clin Epidemiol*; 51(12):1357–1365.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). *Understanding customer experience*. *Harvard Business Review*, 2, 117-126. ISSN : 1877-0428
- New Gaik Ling. (2012). Faktor yang mempengaruhi kunjungan ulangan pelancong antarabangsa: Suatu ulasan. Malaysia. *Malaysia Journal of Society and Space*
- Parker, Deborah, 2006, *Menumbuhkan Kemandirian dan Harga Diri Anak*,
- Rageh, Ahmed, T.C Melewar dan Arch Woodside. 2013. *Using Netnography Research Method to Reveal the Underlying Dimension of the Customer/Tourist Experience*. *Qualitative Market Research: An International Journal* Vol. 16 No. 2, pp. 126-149
- Schmitt, Bern H. 1999. *Experiential Marketing. “ How to get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brandd”*. New York : The Free Press
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung.
- Tomey, A. M., & Alligood, M. R. (2010). *Nursing theory utilization and application*. Missouri: Mosby Elsevier
- Walter, Ute, B. Edvardsson, dan Asa Ostrom. 2010. *Drivers of customers service experiences: a study in the restaurant industry. Managing Service Quality* Vol. 20 No. 3, pp.236-258
- Yuniawati, Y dan A. D. I. Finardi. 2016. Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *Journal Tourism and Hospitality Essentials*. Vol. 6, No. 1, 983-994.
- Zeithaml, V.A M.J Binter dan Gremler. 2009. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 15 Edition. New York: McGraw Hill
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston