

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan tentang pengaruh *Islamic Attributes*, *Destination Image*, dan *Price* terhadap *Revisit Intention* dengan *Memorable Tourism Experience* sebagai variabel intervening pada objek wisata Eco Park Syariah TanKayo, sebagai berikut:

1. *Islamic attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit Intention*
2. *Destination image* berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*
3. *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit Intention*
4. *Islamic attributes* berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *memorable tourism experience*
5. *Destination image* berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *memorable tourism experience*
6. *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *memorable tourism experience*
7. *Memorable tourism experience* berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*
8. *Memorable tourism experience* tidak mampu memediasi pengaruh antara *Islamic attributes* terhadap *revisit Intention* secara positif dan signifikan

9. *Memorable tourism experience* tidak mampu memediasi pengaruh antara *destination image* terhadap *revisit intention* secara positif dan signifikan
10. *Memorable tourism experience* tidak mampu memediasi pengaruh antara *Price* terhadap *revisit intention* secara positif dan signifikan

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ada beberapa hambatan atau kendala yang peneliti hadapi dalam melakukan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti mengalami kendala dalam memperoleh responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dalam menemukan wisatawan yang memenuhi karakteristik atau persyaratan sebagai responden penelitian. Kondisi tersebut menyebabkan proses penyebaran dan pengumpulan kuesioner membutuhkan waktu yang cukup lama.
2. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, sehingga jawaban yang diberikan responden bergantung pada persepsi dan pengalaman masing-masing responden. Kondisi tersebut dapat menyebabkan adanya perbedaan antara jawaban responden dengan kondisi sebenarnya.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa hubungan antarvariabel tidak signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel dapat dipengaruhi oleh karakteristik responden, kondisi destinasi, maupun faktor lain yang belum dimasukkan dalam model penelitian.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Memperluas jangkauan pencarian responden

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jangkauan dalam memperoleh responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Mengingat dalam penelitian ini peneliti mengalami kendala dalam menemukan wisatawan yang memenuhi karakteristik sebagai responden, peneliti selanjutnya dapat memperpanjang waktu pengumpulan data dan melakukan penyebaran kuesioner pada waktu kunjungan wisata yang lebih ramai, seperti akhir pekan dan hari libur. Selain itu, penyebaran kuesioner dapat dilakukan secara langsung di lokasi wisata maupun secara daring untuk mempermudah memperoleh responden dalam jumlah yang lebih memadai.

2. Menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam

Penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak hanya mengandalkan kuesioner sebagai sumber data, tetapi dapat mengombinasikannya dengan metode pengumpulan data lainnya, seperti wawancara atau observasi. Penggunaan beberapa metode pengumpulan data diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih mendalam dan membantu mengurangi kemungkinan adanya perbedaan antara jawaban responden dengan kondisi yang sebenarnya. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memberikan

penjelasan yang lebih rinci mengenai setiap pernyataan dalam kuesioner agar responden dapat memahami pertanyaan dengan baik.

3. Menambahkan variabel penelitian yang relevan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa hubungan antarvariabel yang tidak signifikan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variabel lain yang relevan dan berpotensi memengaruhi *Revisit Intention*. Variabel tersebut dapat berupa *Tourist Satisfaction*, *Perceived Value*, *Service Quality*, *Tourist Motivation*, atau variabel lain yang sesuai dengan karakteristik objek wisata. Penambahan variabel tersebut diharapkan dapat memberikan penjelasan yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

4. Memperluas karakteristik dan jumlah responden

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan jumlah responden yang lebih besar serta karakteristik responden yang lebih beragam. Perluasan karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, daerah asal, frekuensi kunjungan, dan karakteristik lainnya diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih representatif. Dengan demikian, hasil penelitian dapat menggambarkan perilaku wisatawan secara lebih luas dan tidak hanya terbatas pada karakteristik responden dalam penelitian ini.

5. Mengembangkan objek dan konteks penelitian

Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk melakukan penelitian pada objek wisata yang berbeda atau membandingkan beberapa objek wisata dengan karakteristik yang berbeda. Hal ini diperlukan karena karakteristik destinasi, kondisi lingkungan wisata, dan pengalaman wisatawan dapat memengaruhi hubungan antarvariabel. Dengan memperluas objek penelitian, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *Revisit Intention* wisatawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Faizan, Muslim Amin, and Kisang Ryu. "The Role of Physical Environment , Price Perceptions , and Consumption Emotions in Developing Customer Satisfaction in Chinese Resort Hotels" 0098, no. December (2016). <https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1016595>.
- Allameh, Sayyed Mohsen, Javad Khazaei Pool, Akbar Jaberi, Reza Salehzadeh, and Hassan Asadi. "Factors Influencing Sport Tourists' Revisit Intentions: The Role and Effect of Destination Image, Perceived Quality, Perceived Value and Satisfaction." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 27, no. 2 (2015): 191–207. <https://doi.org/10.1108/APJML-12-2013-0159>.
- Anggraini, Filda, and Nurul Komaryatin. "Effect Destination Image of Revisit Intention Through Memorable Tourist Experience and Tourist Satisfaction in Destination Karimunjawa, Indonesia." *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business* 5, no. 2 (2025): 426–39. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v5i2.1014>.
- Apriani, Ari, Dian Meliantari, Muhammad Hanafi, and Siti Annisa Wahdiniawati. "Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ulang Ke Bandung" 7, no. 1 (2024): 17–31.
- Bah, Terjun, Biak Kec, K A B Simalungun, Damayanti Safitri, Liharman Saragih, Johanes Wilfrid, and Pangihutan Purba. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Revisit Intention (minat berkunjung) wisatawan pada objek air" 5, no. 1 (2023): 25–34.
- Baistia, Salisa Dzikroh, Nanang Suryadi, Universitas Brawijaya, and Universitas Brawijaya. "PENGARUH PRICE , STORE ATMOSPHERE , DAN SER-" 03, no. 1 (2024): 196–206.
- Battour, Mohamed, and Mohd Nazari Ismail. "The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism." *SHS Web of Conferences* 12 (2014): 01077. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201077>.
- Battour, Mohamed, Mohd Nazari Ismail, and Moustafa Battor. "The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice." *International Journal of Tourism Research* 13, no. 6 (2011): 527–40. <https://doi.org/10.1002/jtr.824>.

- Beerli, Asunciòn, and Josefa D. Martín. "Factors Influencing Destination Image." *Annals of Tourism Research* 31, no. 3 (2004): 657–81. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.010>.
- Chandralal, Lalith, and Fredy-Roberto Valenzuela. "Memorable Tourism Experiences: Scale Development." *Contemporary Management Research* 11, no. 3 (2015): 291–310. <https://doi.org/10.7903/cmr.13822>.
- Chen, Ching Fu, and Dung Chun Tsai. "How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?" *Tourism Management* 28, no. 4 (2007): 1115–22. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>.
- Çoban, Suzan. "The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia." *European Journal of Social Sciences* 29, no. 2 (2012): 222–32.
- Dianty, Rezvianny, Youmil Abrian, and Rian Surenda. "Pengaruh Memorable Tourism Experience Terhadap Revisit Intention Di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang," no. 2021 (n.d.).
- Fauziyyah, Salma, Vita Sarasi, Universitas Padjadjaran, Alamat Jl, Raya Bandung, Sumedang Km, Kec Jatinangor, and Kabupaten Sumedang. "Pengaruh Islamic Attributes , Destination Image , Tourist Experience Terhadap Tourist Satisfaction Dan Revisit Intention Pada Wisata Halal : Studi Di Bandung Raya Bandung Dinilai Paling Berpotensi Dengan Infrastruktur Dan Program Yang Mendukung , et Al .," *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2025.
- Han, Ju Hyoung, Jinok Susanna Kim, Choong Ki Lee, and Namjo Kim. "Role of Place Attachment Dimensions in Tourists' Decision-Making Process in Cittáslow." *Journal of Destination Marketing and Management* 11 (2019): 108–19. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.12.008>.
- Hasanah, Ina, Ratu, Meutia, and Lutfi. "Destination Image Dan Memorable Tourism Experience Dalam Revisit Intention Generasi Millennial Dan Gen Z (Studi Pada Wisata Banten Lama)." *YUME : Journal of Management* 7, no. 2 (2024): 421–36.
- Hidayati, Vina Ayu, Baiq Handayani, and Akhmad Saufi. "Pengaruh Value Co

- Creation Dan Destination Image Terhadap Kepuasan Wisatawan Muda Dengan Memorable Tourist Experience Sebagai Variabel Intervening Pada Destinasi Halal Di Pulau Lombok.” *Empiricism Journal* 3, no. 2 (2022): 371–85. <https://doi.org/10.36312/ej.v3i2.1089>.
- Isa, Salmi Mohd, and Lizana Ramli. “Factors Influencing Tourist Visitation in Marine Tourism: Lessons Learned from FRI Aquarium Penang, Malaysia.” *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research* 8, no. 1 (2014): 103–17. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2013-0016>.
- Johari, Shakira Izzati, and Nor Asmalina Mohd Anuar. “Appraising the Role of Memorable Tourism Experience between the Relationship of Destination Image and Melaka Domestic Tourists ’ Revisit Intention Shakira Izzati Johari Proposed Citation : Keywords :” *Hospitality and Tourism Conference*, no. October 2019 (2020): 136–57.
- Juliana, J, A N Syiva, R Rosida, E Permana, R M Zulfikar, A Muhamad, and I Quadrato. “Revisit Intention Muslim Tourists to Halal Tourism in Yogyakarta: Analysis of Facilities, Promotion, Electronic Word of Mouth, and Religiosity.” *Review of Islamic Economics and Finance (RIEF)* 7, no. 1 (2024): 1–22.
- Kim, Jong Hyeong. “The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction.” *Journal of Travel Research* 57, no. 7 (2018): 856–70. <https://doi.org/10.1177/0047287517721369>.
- Kim, Jong Hyeong, and J. R.Brent Ritchie. “Cross-Cultural Validation of a Memorable Tourism Experience Scale (MTES).” *Journal of Travel Research* 53, no. 3 (2014): 323–35. <https://doi.org/10.1177/0047287513496468>.
- Kim, Jong Hyeong, J. R.Brent Ritchie, and Bryan McCormick. “Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences.” *Journal of Travel Research* 51, no. 1 (2012): 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>.
- Kozak, Metin, and Mike Rimmington. “Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-Season Holiday Destination.” *Journal of Travel Research* 38, no. 3

(2000): 260–69. <https://doi.org/10.1177/004728750003800308>.

Listia Wati, Winda, and Saida Zainurossalamia ZA. “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Destination Image Serta Perceived Authenticity Terhadap Revisit Intention Pada Objek Wisata Museum Samarinda.” *PENG Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2 No.1b, no. 1 (2025): 1465–73.

Masykur, Fajar, Widiartanto Widiartanto, and Saryadi Saryadi. “Pengaruh Destination Image Dan Fasilitas Wisata Terhadap Revisit Intention (Studi Pada Pengunjung Wisata Alam Seroja Di Kabupaten Wonosobo).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 2 (2022): 170–79. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34251>.

Muhammad, Ardiansyah, Siti Aisjah, and Ainur Rofiq. “Penilaian Memorable Tourism Experience Sebagai Faktor Penentu Daya Saing Destinasi Wisata Dengan Menggunakan Pendekatan Rapid Appraisal (Rap).” *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen* 8, no. 2 (2018): 272. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i2.006>.

Mursid, Ali. “Examining Revisit Intention from the Basic Foundation of Islam: The Role of Halal Destination Attributes and Perceived Value.” *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 5 (2023): 1325–45. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2021-0232>.

Nisco, Alessandro De, Giada Mainolfi, Vittoria Marino, and Maria Rosaria Napolitano. “Tourism Satisfaction Effect on General Country Image, Destination Image, and Post-Visit Intentions.” *Journal of Vacation Marketing* 21, no. 4 (2015): 305–17. <https://doi.org/10.1177/1356766715577502>.

Noerhanifati, Sabila. “Pengaruh Citra Destinasi Wisata Dan Pengalaman Berwisata Terhadap Intensi Mengunjungi Kembali Pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandeglang.” *Jurnal Industri Pariwisata* 3, no. 1 (2020): 61–73. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v3i1.46>.

Nugraha, Farhan Andiansyah, Irena Novarlia, and Oman Sukirman. “Wisatawan Di Gunung Puntang Kabupaten Bandung (The Influence Of Tourism

- Facilities And Price On Tourist Satisfaction At Mount Puntang , Bandung Regency)” 05 (2024): 124–34. <https://doi.org/10.36417/jpp.v5i2.730>.
- Nurfa, Ajkiani, Andi Muhammad Sadat, and Dewi Agustin Pratama Sari. “Pengaruh Destination Image Dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention Melalui Tourist Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Di Desa Wisata).” *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan* 3, no. 3 (2022): 769–84.
- Padang, Nagari, Laweh Batipuh, Selatan District, Tanah Datar, Eco Park, Syariah Tan, and Nagari Padang. “Strategy for Developing the Syariah Eco Park Tourism Object Tan Kayo Nagari Padang Laweh Batipuh Selatan District Tanah Datar District” 3 (2025): 1–16.
- Permana, Indra Martian, and Fadzli Adam. “Impact of Islamic Attributes and Destination Image on Tourist Satisfaction and Revisit Intentions in Halal Tourism: A Study in Banda Aceh.” *International Journal of Advanced and Applied Sciences* 11, no. 4 (2024): 118–27. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2024.04.014>.
- Qu, Hailin, Lisa Hyunjung Kim, and Holly Hyunjung Im. “A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image.” *Tourism Management* 32, no. 3 (2011): 465–76. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.014>.
- Rasyid, Rafika Isya, Citra Kusuma Dewi, Arry Widodo, Imanuddin Hasbi, and Universitas Telkom. “The Influence of Islamic Attributes and Destination Image on Intention to Engage in Muslim Friendly Travel : Mediating by Emotional Value and Moderated by Halal Awareness Indonesia Is Committed to Increasing Muslim-Friendly Destinations , as Evidenced by The Mastercard Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023 Named the " Top Muslim Friendly Destination of the Year 2023 ". (Kemenparekraf RI , 2023). However , the Development of Muslim-Friendly Tourism in Bali Has Sparked Controversy . Some Balinese People Are Worried about Djelantik , Rejected This Idea in Order to Maintain Balinese Identity Which Is Rooted” 10, no. 2 (2024): 269–88.

<https://doi.org/10.24952/fitrah.v10i2.12167>.

Satriawan, Aditya, Yusri Abdillah, and Edriana Pangestuti. "Analisis Destination Image Terhadap Revisit Intention Melalui Satisfaction Dan Place Attachment: Literature Review." *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis* 16, no. 1 (2022): 146–57.

Sharma, Pramod, and Jogendra Kumar Nayak. "Understanding Memorable Tourism Experiences as the Determinants of Tourists' Behaviour." *International Journal of Tourism Research* 21, no. 4 (2019): 504–18. <https://doi.org/10.1002/jtr.2278>.

Sthapit, Erosee, and Dafnis N. Coudounaris. "Memorable Tourism Experiences: Antecedents and Outcomes." *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 18, no. 1 (2018): 72–94. <https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1287003>.

Stylos, Nikolaos, Victoria Bellou, Andreas Andronikidis, and Chris A. Vassiliadis. "Linking the Dots among Destination Images, Place Attachment, and Revisit Intentions: A Study among British and Russian Tourists." *Tourism Management* 60 (2017): 15–29. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.006>.

Sukariyanto, I Gede Made. "Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Kawasan Luar Pura Uluwatu" 1, no. 2 (2023): 82–93. <https://doi.org/10.52352/jastd.v1i2.1290>.

Suparno, Chandra. "Online Purchase Intention of Halal Cosmetics: S-O-R Framework Application." *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 9 (2021): 1665–81. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0192>.

Tichaawa, Tembi Maloney, and Oswald Mhlana. "Muslim Tourist Experiences and Return Intention in Hotels: A South African Study." *Acta Universitatis Danubius. OEconomica* 14, no. 4 (2018): 42–57. <https://ideas.repec.org/a/dug/actaec/y2018i4p42-57.html>.

Vargo, Stephen L., and Robert F. Lusch. "Inversions of Service-Dominant Logic." *Marketing Theory* 14, no. 3 (2014): 239–48. <https://doi.org/10.1177/1470593114534339>.

- Wahdiniawati, Siti Annisa, Ari Apriani, Didin Hikmah Perkasa, and Magito Magito. "Dampak Memorable Tourism Experiences Terhadap Revisit Intention Pada Kunjungan Wisata Ke Bali." *Jesya* 8, no. 1 (2025): 635–46. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1975>.
- Waruwu, Marinu, Magister Administrasi Pendidikan, Universitas Kristen, and Satya Wacana. "Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)" 7 (2023): 2896–2910.
- Wayan, Ni, and Wina Premayani. "Anteseden Yang Mempengaruhi Revisit Intention Wisatawan" 6, no. 3 (2024): 683–93.
- Wusko, Any Urwatul, and Silvi Nur Khoviyah. "Tourism Experience Dan Revisit Intention (Survey Pengunjung Wisata Hawaii Waterpark Malang) Pendahuluan Kajian Teori." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 13, no. 1 (2024): 199–207.
- Yang, Analisis Faktor-faktor, and Bellinda Sofia Nuraeni. "Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang" 23, no. 1 (2013).
- Yuliviona, Reni, Mokhtar Abdullah, Zuraini Alias, Irda, and Elfitra Azliyanti. "The Effect of Islamic Attributes and Quality Service on Satisfaction toward Muslim Tourist Visit to Padang City Indonesia." *International Journal of Engineering and Technology(UAE)* 7, no. 4 (2018): 475–79. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.28.22634>.
- Yuliviona, Reni, Zuraini Alias, and Mokhtar Abdullah. "The Effect of Islamic Attributes of Destination , Experiential Values on Revisit Intention among Muslim Tourists : Model Testing on the Mediating Role of Satisfaction" 7, no. 3 (2019): 768–73.
- Yuliviona, Reni, Zuraini Alias, and Mohamad Nasir Saludin. "Muslim Tourist Experiential Value in Indonesian Halal Tourist Destination" 3, no. 2 (2018): 1–9.
- Zhong, Yun Ying (Susan), James Busser, and Seyhmus Baloglu. "A Model of Memorable Tourism Experience: The Effects on Satisfaction, Affective

Commitment, and Storytelling.” *Tourism Analysis* 22, no. 2 (2017): 201–17.
<https://doi.org/10.3727/108354217X14888192562366>.

