



## Pengaruh *Memorable Tourism Experience* terhadap *Revisit Intention* di Taman Margasatwa Ragunan

Vania Janice Kafa<sup>1</sup>, Feronika Berutu<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: [19210174@student.ubm.ac.id](mailto:19210174@student.ubm.ac.id), [fberutu@bundamulia.ac.id](mailto:fberutu@bundamulia.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2025-05-13 Revised: 2025-06-23 Published: 2025-07-02	<p>Ragunan Zoo is one of the oldest and largest zoos in Indonesia located in South Jakarta, and is a popular educational and recreational tourist destination among the public. This study aims to analyze the effect of Memorable Tourism Experience (MTE) on Revisit Intention of visitors to Ragunan Zoo. MTE is a concept that includes memorable tourism experiences and has implications for future tourist behavior. In this study, researchers used a quantitative method using a population of TMR visitors in 2024, and a sample size of 100 respondents. The method used is the Non-Probability Sampling method with the Convenience Sampling or Accidental Sampling technique, which is processed using the SPSS 24 application. The results of the study showed validity and reliability tests, it is known that each dimension and statement is valid and reliable results. In the T Test, it is known that the MTE variable has a good significant effect on RI. From the results of the determination coefficient test obtained from the MTE variable, there is an influence of 46.9% on the RI variable. And from the results of the heteroscedasticity and normality tests, it can be seen that there are no symptoms in the test so that it can be distributed normally.</p>
<b>Keywords:</b> <i>Memorable Tourism Experience;</i> <i>Revisit Intention;</i> <i>Edu tourism.</i>	

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2025-05-13 Direvisi: 2025-06-23 Dipublikasi: 2025-07-02	<p>Taman Margasatwa Ragunan merupakan salah satu kebun binatang tertua dan terbesar di Indonesia yang berlokasi di Jakarta Selatan, serta menjadi destinasi wisata edukatif dan rekreatif yang populer di kalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh <i>Memorable Tourism Experience</i> (MTE) terhadap <i>Revisit Intention</i> (Minat Berkunjung Kembali) pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan. MTE merupakan konsep yang mencakup pengalaman wisata yang berkesan dan berimplikasi pada perilaku wisatawan di masa depan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan populasi pada jumlah pengunjung TMR tahun 2024, serta jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah metode <i>Non-Probability Sampling</i> dengan teknik <i>Convenience Sampling</i> atau <i>Accidental Sampling</i>, yang diolah menggunakan aplikasi SPSS 24. Hasil dari penelitian menunjukkan uji validitas dan reliabilitas, diketahui pada setiap dimensi dan pernyataan memiliki hasil yang valid dan reliabel. Pada Uji T diketahui variabel MTE mempunyai pengaruh signifikan yang baik terhadap RI. Dari hasil uji koefisien determinasi diperoleh dari variabel MTE terdapat pengaruh sebesar 46,9% terhadap variabel RI. Serta pada hasil uji heteroskedastisitas dan normalitas dapat diketahui tidak terjadi gejala terhadap uji tersebut sehingga dapat berdistribusi normal.</p>
<b>Kata kunci:</b> <i>Pengalaman Wisata Yang Mengesankan;</i> <i>Minat Berkunjung Kembali;</i> <i>Eduwisata.</i>	

### I. PENDAHULUAN

Sektor ekonomi yang paling penting di Indonesia terdapat dalam industri perhotelan dan pariwisata, sektor ini mencakup akomodasi, restoran, transportasi, dan aktivitas rekreasi yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan wisatawan dalam bepergian untuk liburan, bisnis, atau tujuan lainnya (Kurniansah, 2024).

“Menurut Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009, Industri Pariwisata merupakan kumpulan usaha di bidang wisata yang saling terkait serta diselenggarakan untuk menghasilkan barang dan jasa sebagai pemenuh

kebutuhan wisatawan, mencari keuntungan, meningkatkan pendapatan daerah, dan menambah devisa negara. Beberapa sektor yang terlibat dalam industri pariwisata termasuk perhotelan, kuliner, transportasi, keuangan, dan lingkungan yang dibutuhkan oleh wisatawan.”

Industri pariwisata telah mengalami transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan wisatawan semakin mencari pengalaman yang autentik dan berkesan. Konsep *Memorable Tourism Experience* (MTE) merujuk pada pengalaman wisata yang meninggalkan kesan mendalam dan memengaruhi emosi serta ingatan wisatawan terhadap destinasi tertentu.

Menurut Kim et al. (2012) dalam (Shoukat et al., 2023) *Memorable Tourism Experience* dapat diartikan sebagai sebuah kenangan wisata yang menyenangkan dan dapat dikenang kembali setelah peristiwa tersebut terjadi, kenangan wisata tersebut akan terbentuk secara selektif dari pengalaman pariwisata, bergantung pada persepsi individu terhadap pengalaman tersebut. Adanya pengalaman wisata yang berkesan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap destinasi wisata, dengan kata lain dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi tersebut. (Hidayah & Utami, 2023). Minat berkunjung kembali atau *revisit intention* menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberlanjutan dan pertumbuhan destinasi wisata. Minat berkunjung kembali merujuk pada keinginan wisatawan untuk mengunjungi destinasi yang sama di masa depan setelah pengalaman sebelumnya. Menurut (Rasoolimanesh et al., 2021) *Revisit Intention* dapat diartikan sebagai sebuah persepsi individu tentang tindakan yang mereka rencanakan dalam situasi tertentu, kesan wisatawan terhadap pengalaman perjalanan dan persepsi mereka tentang destinasi merupakan sumber informasi paling andal untuk kunjungan ulang.

Eduwisata merupakan salah satu konsep pariwisata yang menggabungkan unsur pendidikan dan rekreasi, di mana wisatawan tidak hanya menikmati keindahan suatu destinasi, tetapi juga memperoleh pengetahuan dan pengalaman belajar selama kunjungan mereka. Banyak kebun binatang yang menawarkan program edukasi, seperti tur berpemandu, workshop tentang konservasi, serta kegiatan interaktif lainnya. Salah satunya adalah Taman Margasatwa Ragunan Jakarta Selatan. Dengan adanya fakta juga bahwa TMR merupakan kebun binatang terbesar di dunia dan terbesar di Asia Tenggara serta memiliki minat kunjungan yang lebih tinggi dari kebun binatang lainnya di Jakarta.

**Tabel 1.** Jumlah Data Kunjungan TMR

No	Bulan	Dewasa	Anak	Rombongan		Jumlah Pengunjung
				Dewasa	Anak	
1	Januari	295.786	97.752	465	2.010	396.013
2	Februari	210.967	64.637	2.068	3.644	281.316
3	Maret	82.928	23.193	202	767	107.090
4	April	488.856	177.718	223	423	667.220
5	Mei	339.890	112.875	445	2.823	456.003
6	Juni	352.461	123.452	554	2.353	478.820
7	Juli	330.687	112.364	223	632	443.906
8	Agustus	246.550	63.234	764	770	311.318
9	September	325.273	101.426	929	2.189	429.817
10	Oktober	277.400	100.014	2.307	5.354	385.075
11	November	242.254	74.721	1.513	4.334	322.822
12	Desember	368.962	137.748	1.261	3.130	511.101
	Jumlah	3.562.014	1.189.134	10.954	28.429	4.790.531

Sumber: TMR (2025)

**Tabel 2.** Jumlah Data Kunjungan Kebun Binatang lain di Jakarta

Bulan	Total Pengunjung	Tahun
Januari	5.329	2024
Februari	6.328	
Maret	4.625	
April	6.662	
Mei	6.897	
Juni	7.880	
Juli	5.959	
Agustus	3.850	
September	4.851	
Oktober	5.992	
November	6.892	
Desember	4.851	
Total Pengunjung	70.116	

Sumber: FaunaLand (2025)

Pada tahun 2024 total pengunjung Faunaland hanya mencapai 70.116 saja sedangkan jumlah pengunjung Taman Margasatwa Ragunan pada tahun 2024 mencapai 4.790.531 pengunjung. Namun, TMR masih mendapatkan beberapa *review* kurang baik mengenai pengalaman wisata yang kurang berkesan, yang dapat dilihat dari situs Tripadvisor.

**Tabel 3.** Ulasan Pengunjung-Tripadvisor

No	Nama	Komentar	Rating
1	Pengunjung 1 (2024)	Tidak Recommended, lebih baik ke tempat lain yang bagus dari pada ke TMR ini	1/5
2	Pengunjung 2 (2024)	Mendapat kesan yang kurang baik dari penjual yang ada di MTR, karena memaksa agar kami membeli	3/5
3	Pengunjung 3 (2024)	Hewan nya sangat kurus kering dan tidak ada penjual makanan hewan (wortel atau sayuran) sehingga tidak ada pengalaman memberi makan hewan	3/5
4	Pengunjung 4 (2023)	Kecewa dengan kesan pertamanya, pelayanan buruk di pintu masuk tiket sangat buruk	1/5
5	Pengunjung 5 (2020)	Tidak ada yang berkesan karena hewan di dalam kandang banyak yang tidak ada sehingga tidak dapat melihat hewan, lokasi kandangnya juga terpencil dan kurang kelihatan hewannya, serta kurangnya tempat berteduh karena cuaca sangat panas	3/5

Sumber: Tripadvisor (2025)

Karena adanya pengalaman yang didapatkan oleh pengunjung saat berwisata ke TMR tidak

berkesan atau pengunjung mengalami kesan pertama yang buruk terhadap TMR. Berdasarkan latar belakang yang sudah peneliti bahas diatas, *Memorable Tourism Experience* sangatlah diperlukan untuk menarik *Revisit Intention* di taman margasatwa ragunan.

## II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan berupa metode penelitian kuantitatif untuk menguji adanya pengaruh dari *Memorable Tourism Experience* terhadap *Revisit Intention* di Taman Margasatwa Ragunan. Penelitian ini dilakukan antara bulan april hingga mei 2025. Melalui pengumpulan data primer menggunakan kuesioner. Serta menggunakan metode analisis statistic deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, uji normalitas, uji heteroskedastisias, uji t, dan uji koefisien determinasi (R) dalam menguji hipotesis serta menjawab tujuan dari penelitian ini. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan menggunakan rumus slovin, rumus slovin adalah salah satu teori penarikan sampel untuk penelitian kuantitatif agar pengambilan jumlah sampel penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel dengan diambil dari total keseluruhan populasi sejumlah 10% (Tunru et al., 2023). Dalam penelitian ini jumlah populasi pengunjung Taman Margasatwa Ragunan tahun 2024 adalah 4.790.531 pengunjung, yang setelah dihitung menggunakan rumus slovin untuk mencari jumlah sampel didapatkan hasil yaitu 99,99 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji asumsi klasik yang diterapkan pada penelitian ini adalah Uji Normalitas dan Uji Heteroskedastisitas

1. Metode Uji Normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *kolmogorov-smirnov*

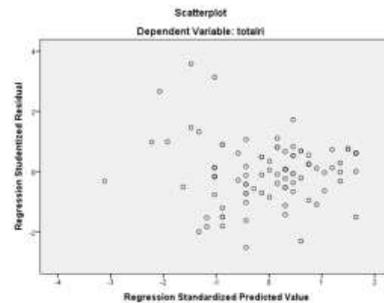
**Tabel 4.** Uji Normalitas

One-sample kolmogorov-smirnov test		
		Unstandardized residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3,34927076
Most Differences	Extreme Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.075
Test Statistic		.087
Asymp. (Sig. 2-tailed)		.061 <sup>c</sup>

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Dapat dilihat bahwa diperoleh nilai 0,061 pada Asymp. Sig. Sesuai dengan ketentuan yang ada yaitu jika nilai asymp. Sig > 0,05 maka bisa dinyatakan bahwa data berdistribusi secara normal.

2. Metode Uji Heteroskedastisitas yang digunakan pada penelitian ini adalah uji *scatterplot*



**Gambar 1.** Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan hasil dari grafik *scatterplot* diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 5.** Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
1	(Constant)	10,850	3,985		2,723	,008
	totalmte	,468	,050	,685	9,306	,000

a. Dependent Variable : totalri

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan table 3, maka dapat dirumuskan model persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X \\ = 10,850 + 0,468 X$$

Nilai B = 10,850 adalah konstanta disaat variabel *Revisit Intention* belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu *Memorable Tourism Experience* (X), Jika tidak ada *Memorable Tourism Experience* (X) maka variabel *Revisit Intention* (Y) tidak akan mengalami perubahan. Nilai koefisien regresi X (b) = 0,468. Menunjukkan bahwa variabel *Memorable Tourism Experience* (X) memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Revisit Intention* (Y), yang dapat dikatakan berarti setiap kenaikan satuan variabel *Memorable Tourism Experience* akan mempengaruhi tingkat *Revisit Intention* sebanyak 0,468 atau

46.8%. Hal ini juga dapat di dukung dari pengalaman-pengalaman yang bisa masyarakat rasakan saat berkunjung ke TMR.

Uji Kelayakan Model yang diterapkan pada penelitian ini adalah uji t dan uji koefisien determinasi (R)

a) Uji t

**Tabel 6.** Uji T

Model	Coefficient <sup>a</sup>		Beta	T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
1	(Constant)	10,850	3,985	2,723	,008	
	totalmte	,468	,050	,685	9,306	,000

a. Dependent Variable : totalri

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan tabel diatas variabel *Memorable Tourism Experience* (X) memiliki nilai T hitung yang lebih besar daripada T table yaitu sebesar 9,306 > 1,984. Sehingga dapat diasumsikan yaitu variabel *Memorable Tourism Experience* (X) memiliki dampak secara parsial terhadap variabel *Revisit Intention* (Y). Berarti dapat di katakan bahwa mayoritas pengunjung merasa puas dengan pengalaman pengalaman yang dimiliki oleh TMR maka itu terdapat banyaknya jumlah wisatawan yang ingin berkunjung Kembali.

b) Uji Koefisien Determinasi (R)

**Tabel 7.** Koefisien Determinasi (R)

Model R	Coefficient <sup>a</sup>		
	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,685 <sup>a</sup>	,469	,464
			3,36632

a. Predictors: (Constant), totalmte

b. Dependent Variable: totalri

Sumber: Diolah Penulis (2025)

Hasil pengolahan data koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan nilai koefisien R Square sebesar 0,469 atau 46,9%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Memorable Tourism Experience* (X) memiliki pengaruh sebesar 46,9% terhadap *Revisit Intention* (Y) wisatawan ke TMR, dan sisanya dipengaruhi oleh dimensi lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

*Revisit Intention* wisatawan ke Taman Margasatwa Ragunan Jakarta Selatan secara signifikan dipengaruhi oleh *Memorable Tourism Experience*. Berdasarkan hasil dari Uji

T variabel *Memorable Tourism Experience* (X) memiliki nilai T hitung sebesar 9,306 > 1,984. Sehingga dapat diasumsikan yaitu variabel *Memorable Tourism Experience* (X) memiliki dampak secara parsial terhadap variabel *Revisit Intention* (Y). Berarti dapat di katakan bahwa mayoritas pengunjung merasa puas dengan pengalaman pengalaman yang dimiliki oleh TMR maka itu terdapat banyaknya jumlah wisatawan yang ingin berkunjung kembali. Serta hasil pengolahan data koefisien determinasi menunjukkan nilai koefisien R Square sebesar 0,469 atau 46,9%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Memorable Tourism Experience* (X) memiliki pengaruh sebesar 46,9% terhadap *Revisit Intention* (Y) wisatawan ke TMR, dan sisanya dipengaruhi oleh dimensi lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam konteks ini, pengalaman yang menyenangkan dan berkesan dapat meningkatkan persepsi positif terhadap destinasi dan mendorong keinginan untuk kembali berkunjung. Dengan kata lain, semakin kuat kesan positif yang dirasakan pengunjung selama kunjungan mereka, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk kembali ke destinasi tersebut di masa mendatang. Selain itu, hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Tiwari et al., 2023) menekankan bahwa emosi wisatawan, seperti kebahagiaan dan keterlibatan emosional selama kunjungan, memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman wisata yang berkesan, yang pada gilirannya akan memengaruhi niat wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut.

##### B. Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti agar pengelola Taman Margasatwa Ragunan fokus pada penciptaan pengalaman wisata yang berkesan (*Memorable Tourism Experience*) untuk meningkatkan niat kunjungan ulang (*Revisit Intention*) pengunjung. Pengalaman wisata yang berkesan mencakup elemen-elemen seperti kebaruan, keterlibatan, pembelajaran, dan penyegaran yang dapat meninggalkan kesan mendalam bagi wisatawan. Dengan mengadakan program edukasi dan konservasi, seperti tur pemandu, *workshop*, dan sesi interaktif seperti memberi makan hewan, serta dengan penambahan koleksi satwa baru juga dapat menjadi daya tarik tambahan untuk Taman Margasatwa Ragunan.

Penelitian oleh (Syahbudiman et al., 2024) menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang berkesan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keterlibatan wisatawan, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan niat untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, dengan meningkatkan elemen-elemen yang menciptakan pengalaman wisata yang berkesan, seperti interaksi yang menyenangkan dengan satwa, fasilitas edukatif, dan layanan yang ramah, pengelola dapat meningkatkan kepuasan pengunjung yang pada akhirnya mendorong niat wisatawan untuk kembali berkunjung ke Taman Margasatwa ragunan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Kurniansah, R., Fadlina, S., Baswarani, D. T., Susanto, L., Simanjuntak, V. C., Koondoko, Y. Y. F., Suvina, Heykal, M., Novianto, U., Aprijane, K., & Darsana, I. M. (2024). MANAJEMEN PARIWISATA: PENGELOLAAN DESTINASI WISATA DI INDONESIA. In *Sustainability (Switzerland)*. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484> SISTEM PEMBETUNGAN TERPUSAT STRATEGI MELES TARI
- Shoukat, M. H., Selem, K. M., Elgammal, I., Ramkissoon, H., & Amponsah, M. (2023). Consequences of local culinary memorable experience: Evidence from TikTok influencers. *Acta Psychologica*, 238, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.103962>
- Hidayah, R. T., & Utami, E. M. (2023). PENINGKATAN INTENSI LOYALITAS WISATAWAN MELALUI PENGALAMAN BERWISATA CILETUH-PALABUHANRATU UNESCO GLOBAL GEOPARK. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 1–8. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5187>
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing and Management*, 21, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100621>
- Tunru, A. A., Ilahi, R., & Hikmah, N. (2023). Analisis Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani Di SDN 027 Samarinda Ulu Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan IPS*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.24903/sjp.v4i1.1339>
- Syahbudiman, R., Hendrayati, H., Kusumah, A. H. G., Marimon, F., & Marhadi, M. (2024). Memorable Tourist Experience and its Impact on Tourist Engagement. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 105–118. <https://doi.org/10.17509/image.2024.009>
- Tiwari, A. V., Bajpai, N., & Pandey, P. K. (2023). The role of human emotions in memorable tourism experience and revisit intention. *Tourism and Management Studies*, 19(1), 15–27. <https://doi.org/10.18089/tms.2023.190102>