



Analisis Pengaruh Hubungan Antara Hedonism, Tourist Experience dan Revisit Intention di Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta

Aurillia Yeyen¹, Roozana Maria Ritonga²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: aurilliayeyen@gmail.com, rritonga@bundamulia.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-06-10 Revised: 2025-07-20 Published: 2025-08-01 Keywords: <i>Hedonism;</i> <i>Tourist Experience;</i> <i>Revisit Intention;</i> <i>Taman Impian Jaya Ancol;</i> <i>Pariwisata.</i>	This study aims to analyze the influence of hedonism and tourist experience on revisit intention at Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta. The research is motivated by a 10% decline in visitor numbers to Ancol in 2024, which is suspected to be caused by visitor fatigue due to a lack of innovation in attractions. A quantitative approach was employed, utilizing survey methods with 100 respondents who had visited Ancol at least twice. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results indicate that hedonism has a significant influence on revisit intention, while tourist experience does not show a significant partial effect. However, both variables together have a significant simultaneous effect on revisit intention. These findings highlight that pleasurable experiences and emotional entertainment are key drivers of repeat visits, yet managing the overall tourist experience remains essential to support long-term visitor loyalty.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-06-10 Direvisi: 2025-07-20 Dipublikasi: 2025-08-01 Kata kunci: <i>Hedonism;</i> <i>Tourist Experience;</i> <i>Revisit Intention;</i> <i>Taman Impian Jaya Ancol;</i> <i>Pariwisata.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh <i>hedonism</i> dan <i>tourist experience</i> terhadap <i>revisit intention</i> pada destinasi wisata Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah kunjungan sebesar 10% di Ancol pada tahun 2024, yang diduga terkait dengan kejenuhan pengunjung akibat kurangnya inovasi destinasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang telah mengunjungi Ancol minimal dua kali. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hedonism berpengaruh signifikan terhadap revisit intention, sementara tourist experience tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial. Namun, secara simultan, hedonism dan tourist experience bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap revisit intention. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman menyenangkan dan hiburan emosional menjadi faktor utama yang mendorong wisatawan untuk kembali, namun pengelolaan pengalaman wisata secara keseluruhan tetap penting untuk diperhatikan agar dapat meningkatkan loyalitas jangka panjang.

I. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu industri yang tumbuh dengan cepat dan terus mengalami perubahan secara dinamis. Pariwisata dapat dijadikan sebagai sumber kebahagiaan dan kenangan bagi para wisatawan dan bagi para pelaku bisnis, sektor ini menjadi sumber pendapatan serta membuka peluang kerja (Inkson & Minnaert, 2022). Pengalaman menyenangkan yang ditawarkan turut mendorong terciptanya lapangan kerja yang baru dan menambah pemasukan negara melalui devisa. Dampak dari perkembangan industri ini mencakup berbagai aspek, seperti sosial maupun ekonomi. Pariwisata memiliki peranan penting terhadap pertumbuhan perekonomian khususnya pada negara berkembang seperti Indonesia. Pada triwulan ketiga tahun 2024, sektor pariwisata di Indonesia berhasil

menghasilkan devisa sebesar 12,63 miliar dolar AS. Pertumbuhan pariwisata yang terjadi sepanjang tahun tersebut mendorong terciptanya program pembangunan yang lebih berkualitas dan berkelanjutan. Awal tahun 2024, tepatnya pada semester pertama, kontribusi pariwisata terhadap PDB Indonesia tercatat sebesar 4,01 persen, naik dari 3,9 persen di tahun sebelumnya (Kemenparekraf, 2024). Peningkatan ini menunjukkan peran penting dalam industri pariwisata dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional serta menciptakan peluang pembangunan yang berkelanjutan, dengan dapat lebih fokus pada pengembangan infrastruktur, peningkatan layanan wisata, maupun pelestarian lingkungan, dan memiliki peran strategis sebagai salah satu pusat utama industri pariwisata di Indonesia, dengan kemampuan menarik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Jakarta merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi dan pariwisata yang terus berkembang di Indonesia. Kota ini menawarkan beragam destinasi wisata yang tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga menciptakan pengalaman emosional dan mental bagi para pengunjung. Peninjauan awal diperlukan guna memperoleh pemahaman yang lebih terperinci terkait penelitian ini dalam konteks pariwisata, menurut (Hudiyani *et al.*, 2018) dalam (Putri *et al.*, 2022) Pariwisata adalah sebuah aktivitas seseorang maupun kelompok atau keluarga yang melakukan perjalanan pada waktu tertentu ke tempat-tempat lain sebagai tujuan mencari ketenangan, kedamaian, kebahagiaan jiwa, keseimbangan, hingga keserasian. Munculnya pariwisata ini membantu seseorang untuk mendapatkan suasana secara emosional, dengan mendapatkan ketenangan, kebahagiaan, hingga pengalaman baru dari lingkungan atau budaya yang berbeda. Salah satu destinasi unggulan di Jakarta yang mampu memberikan pengalaman wisata tersebut adalah Taman Impian Jaya Ancol atau yang kita kenal dengan sebutan Ancol, terletak di Jakarta Utara.

Taman Impian Jaya Ancol (Ancol) mencatat total kunjungan keseluruhan sebesar 13 juta pada tahun 2022, berdasarkan (BPS, 2023). Jumlah tersebut menempatkan Ancol pada urutan pertama objek wisata unggulan di Jakarta, melampaui tempat-tempat lain seperti Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Kebun Binatang Ragunan, Monumen Nasional (Monas), dan Museum Nasional. Data ini menunjukkan bahwa Ancol memiliki tingkat popularitas yang tinggi dan menjadi destinasi pilihan bagi wisatawan. Tren kunjungan wisatawan ke Indonesia, termasuk ke Ancol mengalami perubahan bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, meskipun destinasi ini menawarkan berbagai pengalaman wisata yang menarik. Hasil data lebih lanjut dapat dilihat pada data BPS dan laporan Korporat Ancol yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1. Data Jumlah Kunjungan Periode 2022-2024

Kunjungan	2022	2023	2024
Indonesia (Mancanegara)	217.614	419.493	566.888
Indonesia (Domestik)	734.086.000	825.080.000	1.021.084.031
Jakarta Utara	12.306.758	13.577.170	13.739.239
Taman Impian Jaya Ancol	7.805.349	11.144.860	9.983.344

Sumber: BPS & PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk, 2022

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara Indonesia di tahun 2022 sebesar 217 ribu dan terjadi peningkatan yang signifikan menjadi 419 ribu pengunjung pada 2023. Pada 2024, jumlah pengunjung meningkat lagi menjadi 566 ribu wisatawan. Ini menunjukkan sektor pariwisata internasional di Indonesia terus mengalami pertumbuhan. Di sisi lain, wisatawan domestik mendominasi jumlah kunjungan di Indonesia dengan angka yang sangat besar yaitu dari 734 juta di tahun 2022 menjadi 825 juta pada tahun 2023, kemudian tembus mencapai 1,02 miliar pada tahun 2024. Kunjungan ke Jakarta Utara juga mengalami pertumbuhan, jumlah pengunjung meningkat dari 12,3 juta di tahun 2022 menjadi 13,57 juta pada 2023 dan signifikan naik menjadi 13,73 juta. Sementara itu, kunjungan ke Ancol mengalami lonjakan yang signifikan dari 7,8 juta pada 2022 menjadi 11,1 juta pada 2023. Namun, angka tersebut turun menjadi 9,98 juta pada 2024. Penurunan jumlah kunjungan di Ancol sebesar 10% menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam tren kunjungan wisata. Fenomena ini dapat menjadi objek penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh penurunan jumlah kunjungan tersebut, analisis lebih dalam diperlukan untuk mengevaluasi dampaknya terhadap industri pariwisata, serta menganalisis pengaruh hubungan antara *hedonism*, *tourist experience*, dan *revisit intention* di Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta.

Kawasan Jakarta Utara menjadi tujuan wisata dengan daya tariknya, seperti Taman Impian Jaya Ancol yang terletak di Jl. Lodan Timur, Kec. Pademangan, Jakarta Utara, dikenal memiliki objek wisata unggulan yang menjadi daya tarik utama di wilayah tersebut. Ancol sebagai destinasi wisata menawarkan berbagai atraksi, mulai dari pantai, Dufan (taman hiburan), Sea World (akuarium raksasa), Atlantis Ancol (kolam renang), Samudera Ancol (satwa laut) hingga Pasar Seni Ancol sebagai pusat seni dan budaya. Data terbaru menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan pada tahun 2024, dimana kunjungan ke Ancol mengalami penurunan sekitar 10% (Ratya, 2024). Menurunnya jumlah pengunjung pada Ancol salah satunya dapat disebabkan oleh minimnya inovasi dan kreativitas di Taman Impian Jaya Ancol, dikutip dari laman (Ratya, 2024) yaitu "Hardiyanto Kenneth mengimbau pihak pengelola Ancol untuk lebih inovatif dan kreatif dalam menarik minat pengunjung" dan kutipan lainnya dari (Prayoga, 2024) "Penurunan jumlah pengunjung Ancol pada tahun 2024 bukan disebabkan oleh tingginya harga tiket masuk,

melainkan karena masyarakat merasa jenuh dengan kondisi yang ada saat ini". Penurunan jumlah pengunjung Ancol pada tahun 2024 menunjukkan adanya tantangan yang perlu diatasi oleh pihak pengelola dalam menjaga daya tarik destinasi wisata tersebut. Minimnya inovasi dan kreativitas dalam pengelolaan objek wisata dapat mengakibatkan kejenuhan bagi wisatawan, terutama bagi mereka yang sudah sering berkunjung. Wisatawan cenderung mencari alternatif destinasi yang lebih menarik dan mencari pengalaman baru yang menghibur dan menyenangkan. Faktor lain yang bisa memengaruhi penurunan jumlah pengunjung adalah meningkatnya persaingan dengan destinasi wisata lain, baik di dalam maupun luar Jakarta. Berkembangnya berbagai tempat wisata baru yang menawarkan konsep unik dan pengalaman berbeda, masyarakat memiliki lebih banyak pilihan untuk berlibur. Ketiadaan inovasi, layanan, dan fasilitas di Ancol berpotensi menyebabkan wisatawan dapat memilih tempat lain yang dianggap lebih menarik.

Kunjungan ke Taman Impian Jaya Ancol mencerminkan bagaimana faktor *hedonism* mengajarkan bahwa "kesenangan (termasuk menghindari pengalaman tidak menyenangkan) adalah suatu hal yang satu-satunya sebagai nilai positif dalam kehidupan", studi lebih lanjut menjelaskan bahwa *hedonism* didorong oleh "keinginan untuk mencari kebahagiaan, berfantasi, menemukan pencerahan, menikmati sensasi, dan meraih kesenangan (Soldat et al., 2024). Konsep *tourist experience* yang telah diterima secara luas oleh para ahli dan pelaku industri, *tourist experience* (Pengalaman wisatawan) ini muncul dari interaksi antara wisatawan dan destinasi, yang dapat membangkitkan emosi dan ketertarikan mereka. *Tourist experience* juga dapat merangsang perasaan antusias serta menginspirasi wisatawan untuk melakukan perjalanan lebih lanjut (Xue et al., 2022). *Tourist experience* mendorong wisatawan untuk mencari pengalaman yang unik maupun berkesan, faktor ini sejalan dengan konsep "*Experience Economy*" teori dari Pine dan Gilmore mengatakan seseorang lebih suka pengalaman berkesan daripada membayar untuk layanan atau produk. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pengalaman yang berkualitas mampu meningkatkan *tourist satisfaction*, loyalitas, dan *revisit intention*, salah satu metode pengukuran *experience economy* yang dikembangkan dari data (Chang, 2022). Perasaan puas terhadap wahana, fasilitas, dan layanan di destinasi yang

dirasakan tersebut dapat berperan penting dalam membentuk *revisit intention* (niat berkunjung kembali). Niat ini mencerminkan bagaimana seseorang menilai pengalamannya, serta memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi destinasi atau negara yang sama (Asyraff et al., 2023).

Penelitian ini merupakan adaptasi dari studi yang telah dipublikasikan dalam jurnal sebelumnya "*Exploring the Relationship Between Hedonism, Tourist Experience, and Revisit Intention in Entertainment Destination*" yang ditulis oleh (Luo et al., 2021). Meskipun penelitian ini mengacu pada jurnal yang direplikasi, terdapat beberapa perbedaan signifikan antara keduanya yaitu terdapat perbedaan lokasi yang dimana penelitian sebelumnya berlokasi di Makau. Pada penelitian ini berlokasi di Jakarta, Indonesia. Lokasi yang berbeda dalam penelitian ini tidak hanya memberikan variasi dalam hasil, tetapi juga memperkaya pemahaman tentang bagaimana destinasi yang berbeda memengaruhi efek *hedonism*, *tourist experience* dan *revisit intention*. Perbedaan lainnya terlihat pada objek penelitian, studi terdahulu berfokus pada industri kasino yang merupakan destinasi hiburan kelas dunia. Pada penelitian ini mengkaji pada objek penelitian destinasi wisata lokal Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta yang dikenal sebagai tempat wisata rekreasi keluarga. Perbedaan ini dapat menciptakan pemahaman yang lebih spesifik mengenai bagaimana faktor *hedonism*, *tourist experience*, dan *revisit intention* yang berperan dalam beragam jenis hiburan, baik berskala internasional seperti kasino di Makau maupun bersifat wisata keluarga seperti Ancol di Jakarta.

Hasil penelitian terdahulu oleh (Luo et al., 2021) menjelaskan bahwa *hedonism* memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Data lainnya ditemukan *research gap* yang ditulis oleh (Amir et al., 2024) dengan judul "*More Than Nature: Why Do Tourists Return to Ecotourism? Exploring the Dimensions of Memorable Tourist Experiences as a Determinant of Revisit and Recommend Intention*" ditemukan hasil yang berbeda dimana *hedonism* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini mengindikasikan bahwa diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai variabel *hedonism*.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk membahas mengenai penelitian ini yang berjudul "*Analisis Pengaruh Hubungan Antara Hedonism, Tourist Experience, dan Revisit Intention Di Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta*".

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih dalam terhadap analisis pengaruh hubungan *hedonism*, *tourist experience*, dan *revisit intention* di Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta.

II. METODE PENELITIAN

Pada bagian ini diuraikan metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis pengaruh *hedonism*, *tourist experience* terhadap *revisit intention* di Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, menggunakan kuesioner berbasis skala *Likert*. Data dianalisis menggunakan regresi *linear* berganda melalui bantuan SPSS versi 26.

Lokasi penelitian dilakukan di Taman Impian Jaya Ancol, Jakarta Utara, selama Januari hingga Mei 2025. Objek penelitian adalah variabel *hedonism* (X1), *tourist experience* (X2), dan *revisit intention* (Y), sedangkan subjeknya adalah wisatawan yang telah berkunjung ke Ancol minimal dua kali. Adapun populasi dari penelitian ini yaitu mencapai 9.983.344 pada tahun 2024, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, ditentukan melalui rumus *Slovin*.

Tahapan penelitian mencakup penyusunan kerangka teori dan hipotesis, penyebaran kuesioner awal (*pre-test*), pengumpulan data utama, analisis data (uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik), dan pengujian hipotesis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Analisis penelitian ini, dilakukan uji validitas dengan menggunakan batas nilai *r* hitung > nilai *r* tabel. Berdasarkan asumsi ini, jika nilai *r* hitung > *r* tabel (0,1966), maka item pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

Dimensi	Pernyataan	R tabel	R hitung	Keterangan
Pleasure	PLE1	0,1966	0,713	Valid
	PLE2	0,1966	0,656	Valid
	PLE3	0,1966	0,687	Valid
Fun	FUN1	0,1966	0,612	Valid
	FUN2	0,1966	0,663	Valid
	FUN3	0,1966	0,702	Valid
	FUN4	0,1966	0,770	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel diatas seluruh 7 pernyataan pada variabel *hedonism* yang terdiri dari dimensi *pleasure* dan *fun* memiliki nilai *r* hitung di atas *r* tabel (0,1966), dengan rentang nilai 0,612 hingga

0,770. Maka, seluruh pernyataan dinyatakan valid dan instrumen mampu mengukur variabel *hedonism* sesuai dimensi yang ditetapkan.

Dimensi	Pernyataan	R tabel	R hitung	Keterangan
Learning	LEA1	0,1966	0,365	Valid
	LEA2	0,1966	0,447	Valid
	LEA3	0,1966	0,418	Valid
	LEA4	0,1966	0,400	Valid
	LEA5	0,1966	0,369	Valid
Enjoyment	ENJ1	0,1966	0,442	Valid
	ENJ2	0,1966	0,424	Valid
	ENJ3	0,1966	0,339	Valid
	ENJ4	0,1966	0,303	Valid
	ENJ5	0,1966	0,401	Valid
	ENJ6	0,1966	0,327	Valid
	ENJ7	0,1966	0,366	Valid
	ENJ8	0,1966	0,218	Valid
Escape	ESC1	0,1966	0,343	Valid
	ESC2	0,1966	0,230	Valid
	ESC3	0,1966	0,366	Valid
	ESC4	0,1966	0,253	Valid
	ESC5	0,1966	0,350	Valid
	ESC6	0,1966	0,330	Valid
	ESC7	0,1966	0,306	Valid
Refreshment	REF1	0,1966	0,346	Valid
	REF2	0,1966	0,480	Valid
	REF3	0,1966	0,259	Valid
	REF4	0,1966	0,333	Valid
	REF5	0,1966	0,499	Valid
Novelty	NOV1	0,1966	0,410	Valid
	NOV2	0,1966	0,300	Valid
	NOV3	0,1966	0,312	Valid
	NOV4	0,1966	0,486	Valid
	NOV5	0,1966	0,416	Valid
	NOV6	0,1966	0,569	Valid
Involvement	INV1	0,1966	0,461	Valid
	INV2	0,1966	0,264	Valid
	INV3	0,1966	0,298	Valid
	INV4	0,1966	0,333	Valid
	INV5	0,1966	0,341	Valid
	INV6	0,1966	0,274	Valid
Local Culture	CUL1	0,1966	0,363	Valid
	CUL2	0,1966	0,266	Valid
	CUL3	0,1966	0,211	Valid
	CUL4	0,1966	0,329	Valid
	CUL5	0,1966	0,322	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel uji validitas variabel *tourist experience* diketahui bahwa sebagian besar butir indikator memiliki nilai *r*-hitung > *r*-tabel yaitu 0,1966. Artinya, setiap indikator dalam variabel ini dinyatakan *valid*, karena dapat mengukur variabel yang dianalisis sesuai dengan dimensi yang telah ditentukan, yaitu *learning*, *enjoyment*, *escape*, *refreshment*, *novelty*, *involvement*, dan *local culture*.

Dimensi	Pernyataan	R tabel	R hitung	Keterangan
Recommendation	REC1	0,1966	0,781	Valid
	REC2	0,1966	0,744	Valid
	REC3	0,1966	0,755	Valid
Revisit	REV1	0,1966	0,685	Valid
	REV2	0,1966	0,659	Valid
	REV3	0,1966	0,700	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel *revisit intention* di atas, seluruh pernyataan menunjukkan nilai *r* hitung melebihi nilai *r* tabel sebesar 0,1966, sehingga dinyatakan *valid*. Variabel ini terdiri dari dua dimensi, yaitu *recommendation* dan *revisit*, dengan total enam pernyataan. Dengan demikian, seluruh indikator dalam variabel ini dapat digunakan untuk mendukung analisis selanjutnya pada penelitian ini.

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Hedonism	0,788	7	Reliabel
Tourist Experience	0,820	42	Reliabel
Revisit Intention	0,803	6	Reliabel

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, yaitu *hedonism* (0,788), *tourist experience* (0,820), dan *revisit intention* (0,803). Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis data penelitian.

Model	t	Sig.
(constant)	.036	.971
TOTALHED	6.933	.000
TOTALTEXP	1.875	.064
a. Dependent Variable: TOTALINT		

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel *hedonism* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, dengan nilai signifikansi 0,000 dan *t*-hitung 6,933 > *t*-tabel 1,985. Artinya, H_1 diterima. Wisatawan Ancol cenderung terdorong oleh aspek hiburan dan kesenangan, sehingga *hedonism* menjadi motivasi utama *revisit intention*.

Sebaliknya, variabel *tourist experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* (signifikansi 0,064 > 0,05; *t*-hitung 1,875 < *t*-tabel 1,985), sehingga H_0 diterima.

Model	F	Sig.
regression	52.904	.000 ^b
a. Dependent Variable: TOTALINT		
b. Predictors : (Constant), TOTALHED, TOTALTEXP		

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dan *F*-hitung 52,904 > *F*-tabel 3,09, yang berarti variabel *hedonism* dan *tourist experience* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention* di Ancol. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pengaruh parsial berbeda, kedua variabel saling melengkapi dalam menjelaskan *revisit intention*.

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.714 ^a	.509	.499
a. Predictors : (Constant), TOTALTEXP, TOTALHED			

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,499, dapat disimpulkan bahwa *hedonism* dan *tourist experience* berpengaruh terhadap *revisit intention* sebesar 49,9%, sementara 50,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian ini.

B. Pembahasan

Hasil pembahasan dari penelitian tersebut pada uji validitas memperoleh hasil yang valid dan reliabel dari variabel *hedonism*, *tourist experience* dan *revisit intention*. Penelitian ini memperoleh hasil *hedonism* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, *tourist experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*, Temuan ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya, kemungkinan disebabkan oleh minimnya inovasi atraksi serta tidak dimasukkannya variabel mediasi seperti *tourist satisfaction* yang ditulis oleh (Amir, et al, 2024) Oleh karena itu, pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* perlu dikaji lebih lanjut dengan mempertimbangkan peran variabel mediasi dan pengukuran pengalaman yang lebih menyeluruh. Hasil penelitian dari uji F, *hedonism* dan *tourist experience* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *revisit intention*.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Disimpulkan hasil uji *t* menunjukkan bahwa variabel *hedonism* (X_1), memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* (Y) pada

destinasi wisata Ancol, variabel *tourist experience* (X2) tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* (Y) pada destinasi wisata Ancol, dan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel *hedonism* dan *tourist experience* secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap *revisit intention* di Taman Impian Jaya Ancol. Hasil penelitian dari uji koefisien determinasi (R2) sebesar 0,499 menunjukkan bahwa *hedonism* dan *tourist experience* memengaruhi *revisit intention* sebesar 49,9%, sementara sisanya 50,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel mediasi atau moderasi seperti *tourist satisfaction*, untuk menjelaskan lebih dalam pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention*. Studi selanjutnya juga dapat diperluas pada jenis destinasi wisata lain seperti budaya, religi, atau desa wisata, guna melihat konsistensi pengaruh variabel pada konteks berbeda. Selain itu, analisis lebih rinci terhadap masing-masing dimensi *tourist experience* juga diperlukan untuk mengidentifikasi dimensi mana yang paling berpengaruh terhadap niat kunjungan ulang.

Pengelola Taman Impian Jaya Ancol, hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *fun* pada *hedonism* sudah dirasakan tinggi oleh pengunjung, namun dimensi *pleasure* masih perlu ditingkatkan. Disarankan agar Ancol menambahkan atraksi yang menyentuh sisi emosional, seperti pertunjukan malam tematik dengan unsur budaya Indonesia. Dimensi *tourist experience* juga perlu ditingkatkan melalui zona interaktif yang mengangkat budaya lokal seperti Betawi, serta edukasi lingkungan dan sejarah. Selain itu, untuk meningkatkan *revisit intention*, khususnya pada dimensi *recommendation*, Ancol perlu menciptakan pengalaman yang benar-benar bermakna agar pengunjung terdorong merekomendasikan kepada orang lain. Berdasarkan saran responden, peningkatan kebersihan, fasilitas umum, atraksi baru, tempat duduk, area teduh, dan integrasi teknologi juga menjadi prioritas agar Ancol tetap menarik dan relevan sebagai destinasi rekreasi yang berkembang.

DAFTAR RUJUKAN

Amir, S., Astuti, W., & Chandrarin, G. (2024). More Than Nature: Why Do Tourists Return to

Ecotourism? Exploring the Dimensions of Memorable Tourist Experiences as a Determinant of Revisit and Recommend Intention. *Journal of Ecohumanism*, 3(8), 1–13.

<https://doi.org/https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.4903>

Asyraff, M. A., Hanafiah, M. H., & Zain, N. A. M. (2023). Travelling During Travel Bubble: Assessing the Interrelationship between Cognitive, Affective, Unique Image, and Future Revisit Intention. *Journl of Tourism and Services*, 15, 42.

BPS. (2023). *Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Unggulan Menurut Lokasi di DKI Jakarta, 2022*. Badan Pusat Statistik. <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/Nzc3IzI=/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-obyek-wisata-unggulan-menurut-lokasi-di-dki-jakarta.html>

Chang, S.-H. (2022). Eliciting Brand Loyalty with Elements of Customer Experience: A Case Study on the Creative Life Industry. *Sustainability*, 14, 2.

Hudiyani, A., Aspan, & Yana. (2018). Peran Tour Agency Orangutan Journey Dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Tanjung Puting Kabupaten Kotawaringin Barat. *Magenta*, 7(1), 35–4.

Kemenparekraf. (2024). *Siaran Pers: Menpar Optimistis Capaian Kinerja Pariwisata 2024 Lampau Realisasi Tahun Sebelumnya*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. <https://kemenparekraf.go.id/promosi-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif/siaran-pers-menpar-optimistis-capaian-kinerja-pariwisata-2024-lampau-realisis-tahun-sebelumnya>

Luo, J. M., Lam, C. F., & Wang, H. (2021). Exploring the Relationship Between Hedonism, Tourist Experience, and Revisit Intention in Entertainment Destination. *Sage Open*.

Prayoga, F. (2024). *Jumlah Pengunjung Ancol Menurun, Manajemen Diminta Kreatif dan Inovatif Gaet Pengunjung*. Kompas tv. <https://www.kompas.tv/regional/550081>

[/jumlah-pengunjung-ancol-menurun-manajemen-diminta-kreatif-dan-inovatif-gaet-pengunjung](#)

PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk. (2022). *Annual Report: Rising Beyond Multiple Challenges*. 1-367.

Putri, E. F., Ariadi, B., Syarkawi, I., & Mulyati, R. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Investasi (JAADI)*, 2.

Ratya, M. P. (2024). *Pengunjung Ancol Turun 10%, Kenneth DPRD DKI: Manajemen Harus Kreatif*. Detiknews.
<https://news.detik.com/berita/d-7615815/pengunjung-ancol-turun-10-kenneth-dprd-dki-manajemen-harus-kreatif>

Soldat, Z., Quintal, V., & Phau, I. (2024). Pursuing travel calculated hedonism: scale development and validation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 41, 761.

Xue, J., Zhou, Z., Majeed, S., Chen, R., & Zhou1, N. (2022). Stimulating Tourist Inspiration by Tourist Experience: The Moderating Role of Destination Familiarity. *Frontiers in Psychology*, 2.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.895136>