

Pengaruh citra destinasi dan pengalaman berwisata terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali dan minat electronic word of mouth di Makassar = Impact of destination image and tourist experience on revisit intention and positive electronic word of mouth intention at Makassar

Yessi Anastasia Pricillia Sutiono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20488641&lokasi=lokal>

Abstrak

Pengalaman adalah salah satu faktor penting bagi suatu destinasi dan para wisatawan untuk menciptakan memori tak terlupakan yang akan mempengaruhi kedatangan yang berulang. Akan tetapi, tingginya potensi Makassar untuk membuat pengalaman tak terlupakan bagi para pengunjungnya tidak sebanding dengan minat mereka untuk menyebarkan electronic word of mouth (e-wom). Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh citra destinasi serta kendala dan pengalaman dalam berwisata di Makassar terhadap minat para wisatawan untuk berkunjung kembali dan menyebarkan positif e-wom dengan mengumpulkan responden sebanyak 230 orang yang telah mengunjungi Makassar. Berdasarkan hasil analisis penelitian, ditemukan bahwa pengalaman memiliki pengaruh terhadap citra destinasi dan minat wisatawan untuk membuat e-wom positif akan tetapi tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Untuk membuat wisatawan memiliki minat berkunjung kembali, pengalaman tersebut harus bersifat jangka panjang atau memorable di benak konsumen. Sedangkan, kendala khususnya kendala struktural berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali dan citra destinasi akan tetapi tidak berpengaruh terhadap minat e-wom. Hasil penelitian ini akan memiliki implikasi bagi pemerintah dan industri pariwisata bahwa menciptakan pengalaman yang terbagi menjadi eskapis, hiburan, estetika dan edukasi, dan menurunkan kendala struktural bagi para wisatawan dapat meningkatkan kunjungan wisata serta promosi secara tidak langsung dengan adanya e-wom positif.

.....Experience is one of the beneficial factors for a destination and tourists to create an unforgettable experience that will affect recurrent visits. However, Makassar's high potential to make an unforgettable experience for visitors is not comparable to their interest in spreading electronic word of mouth (e-wom). This study aims to examine the influence of destination images as well as constraints and travel experiences in Makassar to tourists' interest to revisit and spread positive e-wom by gathering 230 respondents who have visited Makassar. Based on the results of the research analysis, it was found that experience had an influence on the image of the destination and tourists' interest to revisit and spread positive e-wom but did not affect the interest in revisiting. To make tourists have the intention in revisiting, the experience must be long-term or memorable in the mind of consumers. Whereas, the constraints in particular which is the structural constraints have a significant effect on revisit intention and destination image but has no effect on e-wom intention. Results of this study will have implications for the government and the tourism industry that creating experiences that are divided into escapist, entertainment, aesthetics, and education, as well as reducing the structural constraints could indirectly increase tourist visits and promotions by the presence of positive e-wom.