

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Model Keterkaitan Memorable Tourism Experience Terhadap Revisit Intention (Perspektif Wisatawan Pada Destinasi Wisata Berbasis Pengalaman). Penelitian ini bersifat explanatory dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu wisatawan lokal dan nasional yang pernah mengunjungi destinasi wisata destinasi Kabupaten Kerinci minimal 1 kali, sedangkan sampel penelitian ini yaitu sebanyak 150 responden. Adapun teknik pengambilan sampel yaitu dengan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner online dengan bantuan google form. Sedangkan untuk menganalisis data yaitu menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi *Revisit Intention* diantaranya yaitu *Refreshment*, *Involvement*, dan *Knowledge*. Sedangkan variabel lain yaitu *Hedonism*, *Novelty*, *Local culture*, dan *Meaningfulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention*.

Kata Kunci: Revisit Intention; Hedonisme; Novelty; Local culture; Refreshment; Meaningfulness; Involvement; Knowledge

ABSTRACT

This research analyses the Relationship Model between Memorable Tourism Experience and Revisit Intention (Tourist Perspective on Experience-Based Tourism Destinations). This research is explanatory with a quantitative approach. The population in this research is local and national tourists who have visited Kerinci Regency tourist destinations at least once, while the sample for this research is 150 respondents. The sampling technique is the purposive sampling method. Data was collected using an online questionnaire with the help of Google Forms. Meanwhile, to analyse the data, use the Structural Equation Model (SEM) with the help of the SmartPLS 3.2.9 application. This research reveals that several variables influence Revisit Intention, including Refreshment, Involvement, and Knowledge. Meanwhile, other variables, namely Hedonism, Novelty, Local culture, and Meaningfulness, do not significantly affect Revisit Intention.

Keywords: *Revisit Intention; Hedonism; novelty; local culture; Refreshments; meaningfulness; engagements; Knowledge*