

PENGARUH PAST EXPERIENCE DAN PARTICIPANT SATISFACTION TERHADAP *REVISIT INTENTION* PADA KEGIATAN BANYUMAS UP HILL

Dena Purwa Rifqi Yosa^{1*}, Sri Murni Setyawati², Titi Nurfitri³, Retno Widuri

¹FEB UNSOED, denapurwary@gmail.com, Indonesia

²FEB UNSOED, nunk_pwt@yahoo.co.id, Indonesia

³FEB UNSOED, titinurfitri2017@gmail.com, Indonesia

⁴FEB UNSOED, retno.widuri@unsoed.ac.id, Indonesia

*Corresponding author

Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan kesempatan munculnya aspek pariwisata dari sisi yang lain. Sport tourism menjadi salah satu perwujudan nyata pariwisata yang tumbuh di tengah Pandemi Covid-19. Banyumas Up Hill menjadi salah satu kegiatan yang dapat terlaksana dalam sport tourism di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk memfokuskan pada pengaruh variabel *participant satisfaction* dalam hubungan variabel *past experience* terhadap *revisit intention* pada kegiatan Banyumas Up Hill. Model penelitian ini didasarkan pada *Theory of Trying*. Penelitian ini melibatkan kegiatan Banyumas Up Hill untuk memverifikasikan hubungan dalam model yang diusulkan. Data terkumpul melalui survei online yang dilakukan kepada 100 partisipan aktif kegiatan Banyumas Up Hill dan dianalisis menggunakan PLS. Hasil dari penelitian ini diketemukan variabel *Past Experience* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intention*. Variabel *Participation Satisfaction* memediasi hubungan *Past Experience* terhadap *Revisit Intention*.

Kata kunci: *Sport Tourism; Revisit Intention; Event.*

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 memberikan peran perubahan gaya hidup masyarakat luas. Salah satu perubahan yang terjadi adalah meningkatnya penggunaan sepeda dikalangan masyarakat saat Pandemi Covid-19 yang terukur dari tren penjualan sepeda (Databooks, 2022). Fenomena ini diperkuat dengan adanya data ekspor sepeda produksi Indonesia untuk pasar luar negeri dari volume 7,56 juta kg menjadi 11,71 juta kg atau sebesar 54,79% pada 2021 (Databooks, 2022).

Peningkatan penggunaan sepeda memberikan peluang kepada berbagai pihak untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan bersepeda. Pandemi Covid-19 memberikan ruang sempit untuk melaksanakan berbagai kegiatan bersepeda. Namun, beberapa pihak berhasil melaksanakan beberapa kegiatan yang berhubungan dengan bersepeda.

Banyumas Up Hill merupakan salah satu kegiatan bersepeda yang tergolong dapat terlaksana ditengah Pandemi Covid-19. Kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan kompetisi bersepeda

yang mengkususkan pada aspek sepeda balap. Fokus dari kegiatan ini ditujukan kepada partisipan yang tertarik dengan dunia balap sepeda.

Memfaatkan potensi daerah Kawasan Baturraden Kabupaten Banyumas, kegiatan ini menyajikan pemandangan alam dan kearifan lokal. Sajian ini memberikan kesempatan untuk partisipan dalam menikmati suasana khas Baturraden, yang identik dengan asri alam. Pemanfaatan kearifan lokal diharapkan memberikan kesan tersendiri bagi partisipan. Hal ini menjadi salah satu upaya yang dilakukan panitia kegiatan untuk menarik kehadiran partisipan.

Kajian ilmiah diketemukan bahwa *past experience* memberikan peluang untuk partisipan melakukan *revisit intention* (Huang & Su, 2009; Huat *et al*, 2015, Zyah H *et al*, 2016), namun demikian hasil penelitian tersebut berbeda dengan temuan peneliti lainnya. Lee *et al* (2021) dan Kim & Byon (2020) mengungkapkan bahwa peran serta pengalaman pengunjung dalam mengikuti serangkaian acara di suatu tempat tidak memastikan pengunjung tersebut kembali datang. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan beberapa temuan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan adanya inkonsistensi dalam temuan hasil penelitian, peneliti akan melakukan penelitian kembali untuk memberikan temuan hasil hubungan variabel *past experience* terhadap *revisit intention*. Peneliti menambahkan variabel *participant satisfaction* yang dianggap memediasi hubungan *past experience* terhadap *revisit intention*. Variabel mediasi ini mengacu pada hasil temuan Wu & Liu (2017) yang mengungkapkan bahwa ada hubungan kuat antara variabel *participant satisfaction* terhadap *revisit intention*.

Penelitian secara teoritis ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya pada aspek event marketing dan sport tourism. Manfaat secara praktis diharapkan dapat menjadi salah satu upaya dasar pengambilan keputusan oleh para pemangku kepentingan. Adapun keterbatasan dari penelitian ini yang lebih berfokus pada kegiatan Banyumas Up Hill 2021.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Past Experience

McGuire (1999) menyatakan dalam Chitty *et al*. (2007) bahwa pengalaman masa lalu berperan penting dalam pembentukan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk atau jasa yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku yang dalam penelitian ini dinyatakan sebagai *Revisit Intention*. Hal ini diperkuat dengan teori of trying Eagly & Chaiken (1993) yang menyebutkan bahwa *Past Experience* telah terbukti memainkan peran penting dalam teori attitude-behavior dan dalam hal ini untuk mengetahui *Revisit Intention* partisipan. *Past Experience* dalam penelitian ini merupakan pengalaman masa lalu partisipan kegiatan Banyumas Up Hill.

2.2 Participant Satisfaction

Participant Satisfaction oleh Koteler (2002) dimaknai dengan menggunakan pendekatan teori kepuasan konsumen yaitu sebagai suatu perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau harapan terhadap kinerja atau hasil suatu produk. Tourist

Satisfaction dinyatakan Allameh (2015) didefinisikan sebagai fenomena perilaku yang dibentuk oleh faktor emosional, kognitif serta evaluasi berbagai elemen dan bentuk pada suatu destinasi wisata.

2.3 Revisit Intention

Konsep dari revisit intention atau niat berkunjung kembali berasal dari niat perilaku. Oliver et al., (1997) mendefinisikan niat perilaku (di antaranya, pembelian kembali dan niat dari mulut ke mulut) sebagai “situasi di mana segala sesuatu terhubung dalam suatu perilaku individu. Dari liburan dan rekreasi, niat perilaku adalah niat dari pengunjung mengunjungi kembali situs tersebut dalam setahun dan niatnya untuk sering datang ke destinasi wisata (Baker & Crompton, 2000). Dengan demikian maka niat berkunjung kembali merupakan niat dari individu yang sebelumnya telah berkunjung dan merasakan untuk berkunjung kembali.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Hubungan Past Experience dengan Revisit Intention

Lee et al (2021) dan Kim & Byon (2020) menyatakan bahwa peran serta pengunjung untuk mengikuti serangkaian kegiatan di suatu tempat tidak memastikan pengunjung akan mengikuti kembali pada waktu mendatang. Penelitian ini berbeda dengan hasil temuan yang dilakukan Huang & Su (2009), Huat et al (2015), Zyah H et al (2016) yang menemukan bahwa past experience pada partisipan berpengaruh positif terhadap revisit intention. Temuan ini mengindikasikan bahwa past experience memiliki hubungan pengaruh terhadap revisit intention.

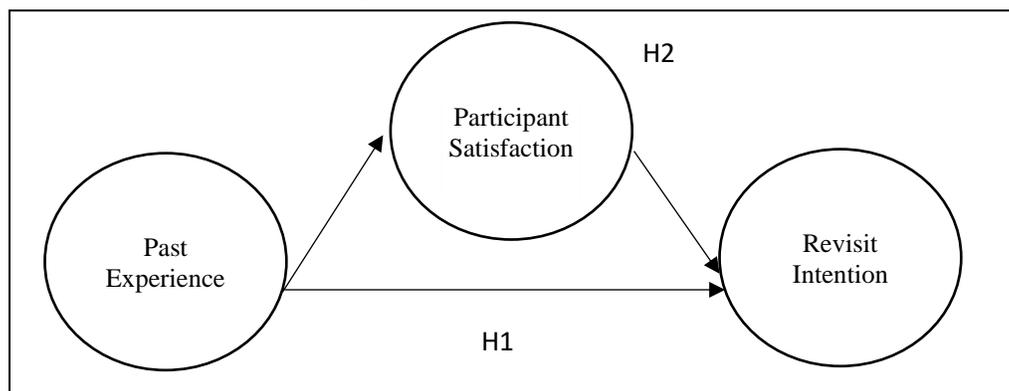
H1: Past Experience berpengaruh positif terhadap Revisit Intention

2.4.2 Peran Participant Satisfaction dalam hubungan Past Experience terhadap Revisit Intention

Theory of trying Eagly & Chaiken (1993) yang menyatakan bahwa past experience terbukti dengan minat perilaku konsumen, dalam hal ini revisit intention. Temuan lain yang sejalan Wu & Liu (2017) yang mengungkapkan bahwa ada hubungan kuat antara variabel participant satisfaction terhadap revisit intention. Hasil ini memungkinkan bahwa terdapat variabel penghubung sebagai mediasi diantara hubungan past experience terhadap revisit intention.

H2: Participant satisfaction memediasi hubungan Past Experience terhadap Revisit Intention

Gambar 1. Model Penelitian



3. Metodologi Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi partisipan yang pernah mengikuti kegiatan Banyumas Up Hill 2021. Ukuran besarnya populasi tidak diketahui secara pasti. Dengan demikian penentuan besarnya ukuran sampel yang diambil dilakukan perhitungan menggunakan metode slovin diperoleh sampel minimum sebanyak 97 responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang merupakan penentuan sampel menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016:85). Pertimbangan utama kriteria dalam sampel ini yaitu partisipan aktif Banyumas Up Hill tahun 2021.

3.2 Pengukuran Variabel

Penelitian ini melibatkan tiga variabel, yang terdiri dari satu variabel bebas, satu variabel mediasi, dan satu variabel terikat. Variabel-variabel tersebut diukur menggunakan skala likert 5 point yang menunjukkan point 1 sebagai sangat tidak setuju hingga point 5 yang menunjukkan sangat setuju. Variabel bebas *past experience* diukur menggunakan 3 indikator yang sejalan dengan (Imanda & Anandya, 2020). Variabel mediasi diukur dengan 8 indikator (Huang *et al*, 2015) dan variabel *revisit intention* sebagai variabel terikat diukur sejalan dengan (S. Huang & Hsu, 2009).

3.3 Alat Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis mediasi menggunakan aplikasi Smart PLS 3.0 yang menguji persamaan struktural dengan berbasis varian. Menurut Ghozali (2015) PLS secara simultan dapat melakukan pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Pengukuran model digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural untuk uji kausalitas atau pengujian hipotesis dengan model prediksi.

4. Hasil

4.1 Gambaran Umum Responden

Survei penelitian yang dilakukan melibatkan 100 responden yang merupakan partisipan aktif dari kegiatan Banyumas Up Hill 2021. Gambaran umum responden disajikan dalam Tabel 1 yang menunjukkan secara umum gambaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Secara umum responden dari penelitian ini merupakan laki-laki atau sebesar 74%, dengan didominasi 53% oleh usia 17-30 tahun. Responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa mendominasi sebanyak 32% dalam pengisian kuisioner penelitian.

Tabel 1. Gambaran Umum Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	74	74,00
Perempuan	26	26,00
Jumlah	100	100,00
Usia	Frekuensi	Persentase
17-30	53	53,00
31-40	32	32,00
41-50	15	15,00
>50	0	0,00
Jumlah	100	100,00
Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	32	32,00
Pegawai Pemerintah/BUMN	26	26,00
Pegawai Swasta	18	18,00
Wirausaha	24	24,00
Jumlah	100	100,00

4.2 Evaluasi Outer Model

4.2.1 Convergen Validity

Table 2. Hasil Analisis Convergen Validity

No	Indicator	Loading	Cut of Value	Keterangan
1	PE_1	0,831	0,50	Valid
2	PE_2	0,869	0,50	Valid
3	PE_3	0,862	0,50	Valid
4	PS_1	0,799	0,50	Valid
5	PS_2	0,803	0,50	Valid
6	PS_3	0,788	0,50	Valid
7	PS_4	0,830	0,50	Valid
8	PS_5	0,768	0,50	Valid
9	PS_6	0,825	0,50	Valid
10	PS_7	0,761	0,50	Valid
11	PS_8	0,776	0,50	Valid
12	RI_1	0,788	0,50	Valid
13	RI_2	0,865	0,50	Valid
14	RI_3	0,803	0,50	Valid
15	RI_4	0,809	0,50	Valid

Convergen validity dipergunakan untuk melihat status berbagai indikator yang digunakan dalam mengukur variabel penelitian tergolong kategori valid atau tidak valid. Indikator lolos convergen validity dinyatakan valid jika nilai loading lebih besar dari 0,7. Ghozali (2015) menyatakan nilai Loading 0,5 – 0,6 masih tergolong dapat diterima. Pernyataan Ghozali menjadi salah satu rujukan dalam penelitian ini, sehingga cut of value yang digunakan yaitu 0,5 – 0,6.

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh keseluruhan indikator telah dinyatakan valid. Nilai loading secara keseluruhan melebihi batas minimum, nilai cut of value sebesar 0,50. Dengan demikian dapat dilanjutkan ke proses analisa selanjutnya.

4.2.2 Discriminant Validity

Discriminant validity adalah bagian dari pengukuran model yang digunakan untuk melihat validitas suatu model penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai discriminant validity melalui pembandingan nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Model mempunyai discriminant validity yang cukup jika akar AVE setiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk Ghozali (2015). Hasil analisis untuk discriminant validity tahap pertama disajikan pada Tabel 3.

Table 3. Hasil Analisis Discriminant Validity

Variabel	Participant Satisfaction	Past Experience	Revisit Intention
Participant Satisfaction	0,794		
Past Experience	0,370	0,854	
Revisit Intention	0,595	0,521	0,817

Hasil discriminant validity pada Tabel 3 terlihat nilai akar AVE untuk seluruh variabel diperoleh lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk. Dengan demikian telah memenuhi persyaratan untuk dilanjutkan pada tahap berikutnya.

4.2.3 Composite Reliability and Cronbach’s Alpha

Composite reliability dan cronbach alpha digunakan untuk mengetahui reliabilitas dari suatu konstruk. Reliabel suatu konstruk dapat diketahui jika memiliki nilai composite reliability dan cronbach alpha lebih besar dari 0.70. Berikut ini hasil analisis composite reliability dan cronbach alpha disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Composite Reliability and Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach’s Alpha	Composite Reliability	Cut of Value	Keterangan
Participant Satisfaction	0,916	0,932	0,700	Reliabel
Past Experience	0,815	0,890	0,700	Reliabel
Revisit Intention	0,833	0,889	0,700	Reliabel

Hasil analisis pada Tabel 4 di atas merupakan data yang telah diperoleh secara lengkap dengan menggunakan nilai cronbach’s alpha lebih besar dari 0,700 untuk seluruh variabel. Berdasarkan hasil tersebut maka, diperoleh bahwa variabel tersebut dinyatakan reliabel.

4.3 Evaluasi Inner Model

Inner model menggambarkan konstruk pada pengaruh antar variabel. Evaluasi inner model dilakukan dengan melihat besarnya nilai R square. Tabel 5 berikut ini menyajikan hasil analisis R Square.

Table 5. Hasil analisis evaluasi inner model

Variabel	R Square	Rule of Thumb	Kesimpulan
Participant Satisfaction	0,137	0.67, 0.33 dan 0.19	Lemah
Revisit Intention	0,459	(Menunjukkan model kuat, moderate dan lemah (Chin, 1998)	Moderate

Berdasarkan Tabel 5 di atas diperoleh besarnya R square untuk variabel participant satisfaction 0,137. Dalam model tersebut variabel participant dipengaruhi oleh past experience. Hal ini menunjukkan bahwa variabel participant satisfaction dipengaruhi oleh past experience sebesar 13,7%, dengan besarnya nilai R square kurang dari 0,19 maka model masuk kategori lemah (Chin, 1998).

Berdasarkan Tabel 5, di atas juga diperoleh besarnya R square untuk variabel revisit intention 0,459. Dalam model variabel revisit intention dipengaruhi oleh past experience dan participant satisfaction. Dengan demikian menunjukkan bahwa revisit intention dipengaruhi oleh past experience dan participant satisfaction sebesar 0,459. Nilai R square diperoleh sebesar kurang dari 0,67 maka model masuk kategori moderat (Chin, 1998).

4.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dinyatakan variabel bebas berpengaruh jika nilai t statistik memiliki nilai lebih besar dari 1.66 dan p value atau signifikansi di bawah alpha 0.05. Hasil analisis uji t dan signifikansi dapat dilihat pada Tabel 6.

Table 6. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

Kausalitas antar Variabel (Direct Effect)	Coeff	t-value	p-value	Cut of Value	Keterangan
Past_Experience -> Revisit_Intention	0,370	3,632	0,000	0,05	H ₁ , Accepted

Tabel 6 menunjukkan hasil pengujian pengaruh langsung pada antar variabel. Pada variabel past experience terhadap revisit intention diperoleh nilai t hitung 3,632 atau lebih besari dari 1,66. Hasil tersebut susai dengan harapan, diterima.

4.4 Pengujian Hipotesis Pengaruh Mediasi

Pengaruh efek mediasi menunjukkan hubungan antara variabel independen dan dependen melalui variabel mediasi. Pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen tidak secara langsung terjadi tetapi melalui proses transformasi yang diwakili oleh variabel mediasi (Baron dan Kenney, 1986). Tabel 7 di bawah ini menunjukkan hasil perhitungan pengaruh mediasi variabel participant satisfaction dalam hubungan past experience terhadap revisit intention

Table 7. Uji Hipotesis Pengaruh Mediasi

Kausalitas antar Variabel (Indirect Effect)	Coeff	t-value	p-value	Cut of Value	Keterangan
Past Experience -> Participant Satisfaction -> Revisit_Intention	0,172	2,834	0,005	0,05	H ₂ , Accepted

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh bahwa nilai p value pengaruh past experience terhadap revisit intention melalui participant satisfaction sebesar 0,005 atau kurang dari 0,05 maka dinyatakan memediasi, hipotesis kedua diterima.

5. Pembahasan

Berdasarkan hipotesis yang telah dibangun, past experience berpengaruh positif terhadap revisit intention partisipan kegiatan Banyumas Up Hill. Penelitian ini sejalan dengan temuan Huang & Su (2009); Hu at *et al*, (2015), Zyah H *et al*. (2016). Hal ini membuktikan bahwa past experience berperan pada keputusan para partisipan untuk melakukan keikutsertaan kembali dalam kegiatan Banyumas Up Hill pada waktu mendatang.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik juga diperoleh bahwa terdapat hubungan tidak langsung dari hubungan past experience terhadap revisit intention. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lee et al (2021) dan Kim & Byon (2020) menyatakan bahwa past experience tidak berpengaruh terhadap revisit intenion. Penelitian ini ditemukan hasil bahwa terdapat variabel intervening diantara hubungan past experience terhadap revisit intention. Mengacu pada theory of trying, partisipan kegiatan Banyumas Up Hill telah melakukan tindakan perilaku keikutsertaan pada kegiatan tersebut dan berpotensi untuk melakukan kembali diwaktu mendatang dikarenakan telah mendapatkan rasa senang pada kegiatan tersebut. Pada penelitian ini ditemukan bahwa participant satisfaction memediasi hubungan past experience terhadap revisit intention.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa peningkatan revisit intention oleh partisipan dipengaruhi oleh adanya peran serta past experience yang dilakukan oleh participant pada kegiatan Banyumas Up Hill. Namun demikian, participant satisfaction pada partisipan yang telah ikut serta sebelumnya dalam kegiatan Banyumas Up Hill berperan penting dalam mediasi past experience partisipan untuk melakukan keputusan revisit intention atau dengan kata lain ikut serta kembali dalam kegiatan Banyumas Up Hill di waktu mendatang.

Daftar Pustaka

- Allameh, S.M., Pool, J.K., Jaber, A., Salehzadeh, R., & Asadi, H. (2015). 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(2), 191-207.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling.

- Databoks.katadata.co.id (2022, 21 Februari) Tren Gowes Menguat, Ekspor Sepeda RI Tembus Rp2,9 Triliun. Diakses pada 15 Maret 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/21/tren-gowes-menguat-ekspor-sepeda-ri-tembus-rp29-triliun>
- Eagly, A.H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Orlando: Harcourt Brace College Publishers.
- Ghozali, I. (2015). Partial Least Square (PLS) sebagai Metode Alternatif Sem Berbasis Varians (LISREL) Dalam Eksplorasi Data Survey Dan Data Mining. *Telematika*
- Huang, H., Mao, L. L., Wang, J., & Zhang, J. J. (2015). Assessing the relationships between image congruence, tourist satisfaction and intention to revisit in marathon tourism: the Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
- Huang, S., & Hsu, C. H. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of travel research*, 48(1), 29-44.
- Huang, S., & Hsu, C. H. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of travel research*, 48(1), 29-44.
- Kim, K. A., & Byon, K. K. (2020). The dark side of spectator behavior: Effects of spectator dysfunctional behavior on anger, rumination, and revisit intention. *Sport Marketing Quarterly*, 29(3), 228-240.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo.
- Lee, J. C., Cui, Y., Kim, J., Seo, Y., & Chon, H. (2021). Photo taking paradox: contrasting effects of photo taking on travel satisfaction and revisit intention. *Journal of Travel Research*, 60(4), 833-845.
- Oliver, Richard L. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Boston: Irwin, McGraw-Hill.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung, Alfabeta.
- Wu, M.H., & Liu, C.C. (2017). The Influences of Motivations, Past Experiences, Destination Images, Event Image, Satisfaction, and Intentions on Participations in Taiwan Road Running Events. *The Journal of Human Resources and Adult Learning*, 13(1).
- Zhang, H., Yang, Y., Zheng, C., & Zhang, J. (2016). Too dark to revisit? The role of past experiences and intrapersonal constraints. *Tourism Management*, 54, 452-464.