

Dampak Citra Destinasi Wahana ImersifA terhadap Minat Kunjung Kembali Pengunjung di Museum Nasional Indonesia = The Impact of ImersifA Destination Image on Visitors Revisit Intention at the National Museum of Indonesia

Azka Nadhira Dwitami, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920572377&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak citra destinasi, baik dari segi kognitif maupun afektif, terhadap minat pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali ke wahana ImersifA di Museum Nasional Indonesia. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 92 responden. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra kognitif dan citra afektif keduanya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung kembali. Citra kognitif meliputi faktor-faktor seperti fasilitas dan aksesibilitas, sementara citra afektif berkaitan erat dengan tingkat kenyamanan dan kesan emosional yang dirasakan pengunjung. Kesimpulannya, peningkatan kualitas pengalaman kognitif dan afektif pada wahana ImersifA berpotensi meningkatkan loyalitas pengunjung. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengelola museum dalam upaya mengembangkan daya tarik wisata berbasis teknologi.

.....This study aims to examine the impact of destination image, both cognitive and affective, on visitors' intention to revisit the ImersifA attraction at the National Museum of Indonesia. The method used is a quantitative approach with data collected through a survey using questionnaires distributed to 92 respondents. Data analysis was conducted using simple linear regression with SPSS version 29 software. The analysis results indicate that both cognitive and affective images have a significant influence on the intention to revisit. The cognitive image includes factors such as facilities and accessibility, while the affective image is closely related to the level of comfort and emotional impressions experienced by visitors. In conclusion, improving the quality of cognitive and affective experiences at the ImersifA attraction has the potential to increase visitor loyalty. These findings have important implications for museum management in efforts to develop technology-based tourism attractions.