

BAB I

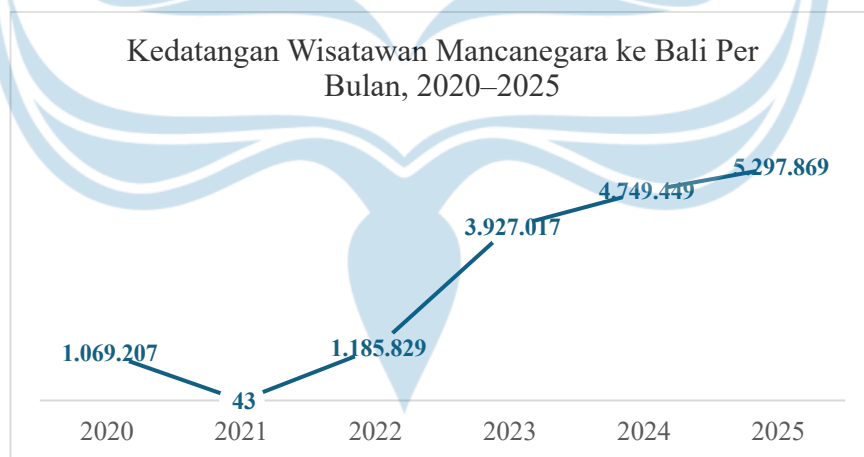
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki wilayah yang sangat luas dan beragam. Sumber daya alam, budaya, serta adat istiadat yang beragam menjadi potensi besar yang dimiliki Indonesia. Potensi tersebut sangat layak dikembangkan secara maksimal sebagai modal dalam memajukan sektor pariwisata di Indonesia (Ichsan et al., 2024). Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan perekonomian. Sektor pariwisata berperan penting dalam pembangunan perekonomian dunia dan mampu mengoptimalkan hampir 700 juta orang di seluruh dunia (Putri et al., 2022). Kuartal ketiga tahun 2024, sektor pariwisata berkontribusi sebesar 4,01% terhadap nilai tambah bruto (PDB), dengan peningkatan sebesar 0,11% dibandingkan periode yang sama pada tahun 2023 (Kemenko, 2025).

Namun, perkembangan zaman dan perubahan digital yang terjadi secara global telah memberikan dampak besar terhadap cara mengelola, mempromosikan, dan mengoptimalkan sektor pariwisata (Sugiarti et al., 2025). Hubungan pariwisata sangat kuat karena kemajuan teknologi informasi. Berbagai jenis teknologi informasi bisa dengan mudah diakses, seperti melalui televisi, komputer, laptop, radio, telepon genggam, dan media digital lainnya (Atmaja, 2023). Sejak internet mulai dikenal, perencanaan perjalanan, seperti mencari informasi dan memesan tiket, selalu menjadi alasan utama orang menggunakan internet. Perkembangan internet dan teknologi informasi serta komunikasi telah memberikan dampak besar terhadap industri pariwisata (Komalasari et al., 2020).

Perkembangan teknologi telah membawa transformasi besar dalam sektor pariwisata global termasuk di kota-kota destinasi seperti Bali. Bali merupakan salah satu tempat tujuan yang bisa bersaing dengan destinasi wisata di berbagai belahan dunia, dan setiap tahun Bali mendapatkan beberapa penghargaan (Aridayanti et al., 2020). Berdasarkan data Bali Government Tourism Office (2025), pada tahun 2020 tercatat 1.069.207 wisatawan yang berkunjung ke Bali. Namun pada tahun 2021 mengalami penurunan drastis, yaitu hanya 43 wisatawan asing. Pada tahun 2022, jumlah wisatawan asing mulai bertambah dan mencapai 1.185.829. Angka tersebut terus meningkat hingga mencapai 3.927.017 pada tahun 2023. Selanjutnya di tahun 2024 tercatat sebanyak 4.749.449 wisatawan asing yang berkunjung ke Bali. Jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Bali mencapai 5.297.689 kunjungan pada tahun 2025, angka ini mengalami kenaikan sebesar 11,55%.

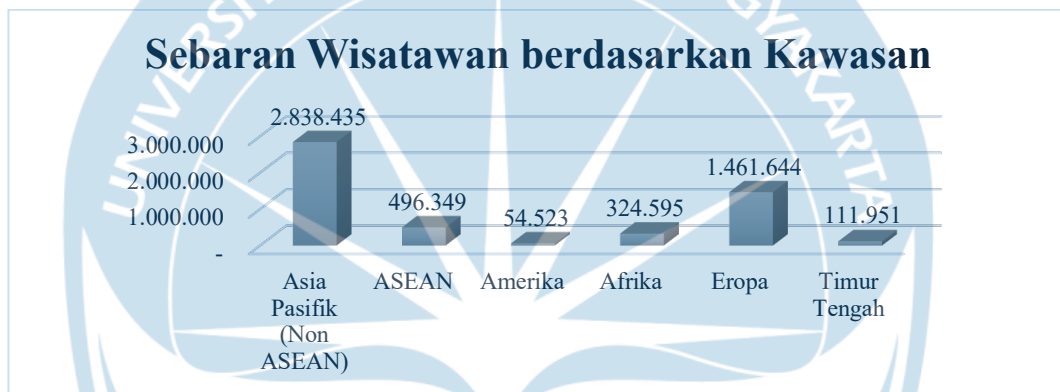


Gambar 1. 1. Data Jumlah Wisatawan Berkunjung Ke Bali

Sumber: Bali Government Tourism Office (2025)

Peningkatan jumlah pengunjung menunjukkan pertumbuhan positif sektor pariwisata di Bali, terutama setelah masa pandemi COVID-19. Pengunjung utama berasal dari kawasan Asia Pasifik (Non ASEAN), yang menjadi kontributor

terbesar dengan total 2.838.435 wisatawan atau mencapai 53,58% dari total kunjungan, lalu diikuti dengan kawasan Eropa dengan sebanyak 1.461.644 atau sebesar 27,59%. Pada urutan ketiga terdapat kawasan ASEAN dengan jumlah 496.349 wisatawan, berada pada kisaran 9,37%. Afrika menjadi urutan keempat mencapai 324.595 wisatawan atau mencapai 6,13%. Kawasan Timur Tengah sebanyak 111.951 dengan kontribusi sebesar 2,11%. Pada urutan terakhir terdapat kawasan Amerika dengan sebesar 54.349 wisatawan tercatat sebesar 1,03%.



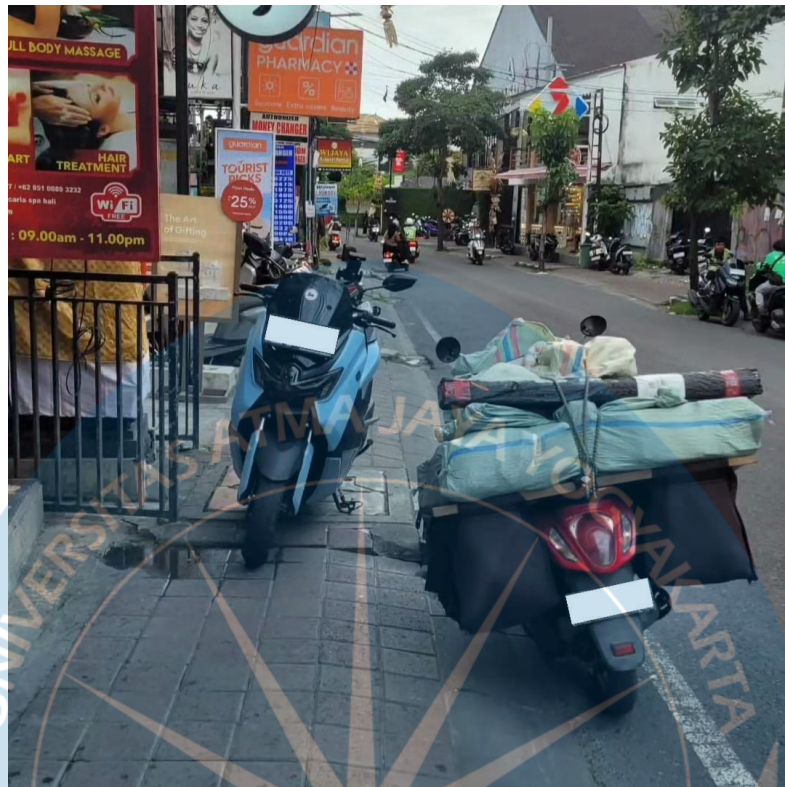
Gambar 1. 2. Sebaran Wisatawan Berdasarkan Kawasan

Sumber: Bali Government Tourism Office (2025)

Namun di Bali masih terdapat tantangan dalam menyediakan transportasi umum yang inklusif, fasilitas publik yang ramah bagi penyandang disabilitas, serta informasi pariwisata yang mudah dipahami dan diakses secara luas (Rahayu et al., 2025). Infrastruktur di daerah Bali Selatan, seperti Kuta, Seminyak, Canggu, Jimbaran, dan Nusa Dua, sedang menghadapi tantangan dalam mencukupi kebutuhan akibat pesatnya pembangunan dan pertumbuhan penduduk di wilayah tersebut (Suardhana et al., 2025). Popularitas Canggu menyebabkan masalah kemacetan yang bisa memengaruhi persepsi wisatawan (Arimau et al., 2024). Hal ini terjadi karena pembangunan fasilitas pariwisata yang terlalu cepat, namun tidak

diimbangi dengan peningkatan aksesibilitas jalan (Kiskenda & Trimandala, 2024). Perkembangan aktivitas pariwisata di area Berawa dan Canggu yang terus meningkat secara tidak langsung turut memberikan kontribusi terhadap terjadinya kemacetan.

Hal ini ditandai dengan adanya fakta bahwa terdapat pola-pola pengendalian dan penambahan ruang publik oleh pihak tertentu, terutama yang berkaitan dengan kepemilikan lahan di Canggu. Proses ini kemudian menciptakan kompetisi dalam penggunaan ruang publik di Canggu antara investor dan masyarakat setempat, yang mulai mengalihkan sumber daya sesuai dengan kebutuhan iklim pariwisata Canggu dengan tujuan memperoleh manfaat dari aktivitas pariwisata tersebut (Adhinata & Sawitri, 2022). Fasilitas untuk pejalan kaki di Canggu masih sangat terbatas. Tidak adanya trotoar membuat wisatawan merasa kesulitan saat berjalan di jalan. Jalan yang sempit dan kondisi lalu lintas yang padat juga membuat pengendara sepeda serta pejalan kaki merasa tidak nyaman (Prabawati, 2021).



Gambar 1. 3. Ketidaksesuaian Penggunaan Fungsi Trotoar

Sumber: Peneliti (2025)

Pengembangan pariwisata di Canggu dipandang oleh masyarakat sebagai suatu proses yang membawa harapan sekaligus kekhawatiran, yang memerlukan keseimbangan antara manfaat ekonomi dan perlindungan terhadap nilai-nilai lokal serta sumber daya alam (Pramudya et al., 2025). Menurut Pamungkas (2023), munculnya *website* perjalanan dan agen *online* yang memudahkan pengguna memesan akomodasi, tiket, dan paket liburan secara daring menjadi awal munculnya konsep *Smart Tourism*, dengan adanya ponsel pintar, wisatawan semakin mudah merencanakan, mengelola, serta membagikan pengalaman wisatanya melalui berbagai aplikasi *mobile* seperti peta, panduan, dan layanan pemesanan perjalanan.

Melalui *Smart Tourism*, diharapkan terjadi peningkatan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya, peningkatan keberlanjutan, serta peningkatan daya saing melalui pemanfaatan berbagai inovasi dan praktik berbasis teknologi (Yulianti et al., 2024). Hasil penelitian Hanum (2020), menyatakan bahwa penerapan konsep *Smart Tourism* dapat menciptakan pengalaman berwisata yang lebih baik, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat efektivitas, daya saing, dan tujuan bisnis, serta mengarah pada keberlanjutan yang kompetitif secara keseluruhan. Pengalaman *Smart Tourism Technology* berarti memanfaatkan teknologi digital *modern* untuk memperbaiki kualitas dan penyesuaian pengalaman berwisata. Hal ini melibatkan penyesuaian layanan pariwisata sesuai dengan kebutuhan dan selera setiap wisatawan, penggunaan data terkini untuk membantu pengambilan keputusan, serta membuka kemungkinan berinteraksi dengan lingkungan pariwisata melalui perangkat seluler dan berbagai media digital lainnya (Sustacha et al., 2023).

Penelitian Sihombing & Sartika (2025), menunjukkan bahwa strategi digital berbasis *web*, aplikasi pariwisata di Samosir, serta media sosial berhasil meningkatkan daya tarik terhadap wisatawan, dengan 89,8% di antaranya memanfaatkan teknologi digital dalam merencanakan perjalanan wisatawan. Menerapkan teknologi dan inovasi bisa membuat pengalaman berwisata lebih memuaskan dan efisien (Harmaen, 2024). Sehingga digitalisasi menjadi faktor penting dalam membangun *Smart Tourism* (Rahayu et al., 2025). Wisatawan menggunakan teknologi digital seperti mencari lokasi, melihat ulasan restoran lokal, atau bertransaksi melalui ponsel selama masa berwisata pengunjung (Pai et

al., 2020). Kemajuan teknologi yang memungkinkan wisatawan saat ini mengakses banyak informasi melalui berbagai situs *web*, aplikasi *smartphone*, dan media sosial. Karena itu, perencanaan perjalanan kini lebih mandiri, sehingga wisatawan dapat merancang pengalaman sesuai dengan keinginan dan preferensi pribadinya.

Pengalaman berwisata yang baik membutuhkan infrastruktur yang memadai, karena itu pengelolaan tempat wisata sangat penting dalam menciptakan suasana yang nyaman dan aman bagi para pengunjung (Singgalen, 2025). Infrastruktur transportasi memiliki dampak penting terhadap jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Provinsi Bali (Raharjo et al., 2023). Semakin berkembangnya infrastruktur dengan baik, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengunjung yang bisa dicapai (Utami et al., 2025). Berdasarkan hasil penelitian Borahima et al. (2024) dijelaskan bahwa penggunaan teknologi digital di sektor pariwisata memberikan banyak manfaat, seperti meningkatkan aksesibilitas bagi wisatawan, memperbaiki kualitas fasilitas, serta meningkatkan efisiensi dalam mengelola tempat wisata. Teknologi seperti aplikasi seluler, sistem informasi berbasis lokasi, dan metode pembayaran digital telah memudahkan wisatawan dalam memperoleh layanan dan informasi terkait destinasi wisata.

Perkembangan infrastruktur pariwisata tidak hanya terjadi di bidang fisik, tetapi juga pada aspek fisik dari penggunaan teknologi di berbagai fasilitas pendukung sektor pariwisata. *Smart Tourism Technology* melibatkan penggunaan teknologi digital dalam mengelola tempat destinasi wisata serta melayani kebutuhan para wisatawan. Penerapan teknologi dapat dilihat pada sistem digital destinasi, seperti penyediaan informasi dan layanan yang menggunakan teknologi,

serta pada fasilitas pendukung pariwisata, seperti *smart toilet* yang memiliki fitur pengaturan *flush* dan beberapa fungsi lainnya melalui sistem elektronik. Berdasarkan penelitian Esmaeilzadeh (2023), menunjukkan bahwa sikap yang baik terhadap penggunaan teknologi ini memberikan manfaatnya bagi layanan kesehatan, keunggulan teknologi itu sendiri, serta kemudahan dalam penggunaannya. Meskipun teknologi ini belum diterapkan di semua kafe, adanya teknologi tersebut menunjukkan awal dari penggunaan *Smart Technology* di fasilitas pendukung pariwisata.

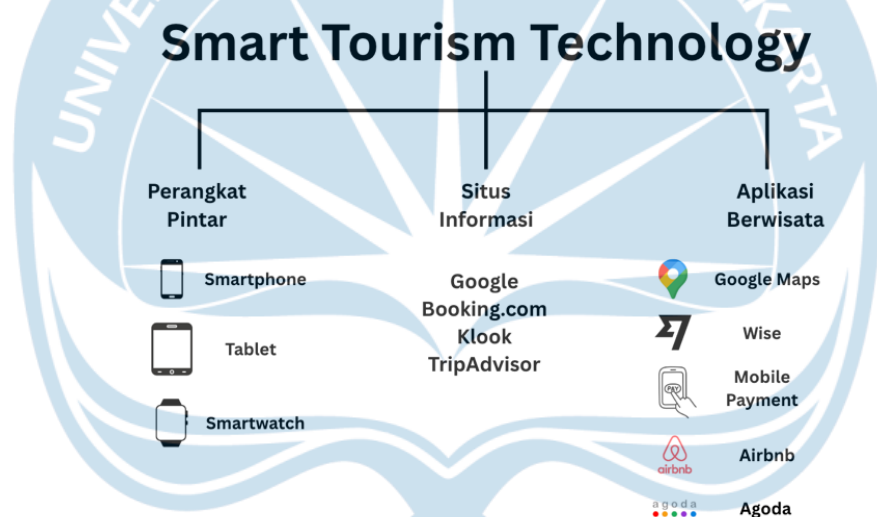


Gambar 1. 4. Penerapan *Smart Toilet* pada Salah Satu Kafe di Seminyak

Sumber: Peneliti (2025)

Contoh penerapan tersebut membuktikan bahwa *Smart Tourism Technology* tidak hanya menjadi inovasi pada fasilitas pendukung saja, tetapi juga berperan penting dalam seluruh sistem pariwisata. *Smart Tourism Technology* berperan sebagai infrastruktur utama yang menggabungkan jaringan, layanan dalam perjalanan, perangkat lunak, perangkat keras, serta teknologi informasi dan

komunikasi, sehingga memungkinkan pengusaha pariwisata dan pihak terkait dalam pengembangan destinasi untuk membuat keputusan yang tepat melalui pertukaran data yang efisien (Yap et al., 2025). *Smart Tourism Technology* ini mencakup dari beberapa perangkat pintar yang digunakan oleh wisatawan, seperti *smartphone*, tablet, *smart watch*, serta situs informasi wisata yang digunakan, seperti *Google*, *Booking.com*, *Klook*, *TripAdvisor*, dan situs ulasan *online*. Selain itu, aplikasi wisata cerdas yang digunakan meliputi *Google Maps*, *Wise*, *Airbnb*, *Agoda*, dan metode pembayaran *mobile*.



Gambar 1. 5. *Smart Tourism Technology* yang Digunakan dalam Penelitian

Sumber: Peneliti (2025)

Atribut *Smart Tourism Technology* meliputi: a) *Informativeness*, menyediakan akses ke informasi terbaru mengenai destinasi, atraksi, transportasi, cuaca, serta faktor-faktor lainnya yang relevan. Informasi terkini ini membantu wisatawan dalam mengambil keputusan yang tepat, merencanakan perjalanan dengan lebih baik, serta bisa beradaptasi dengan perubahan kondisi selama masa kunjungan wisatawan (Hien & Trang, 2024). Ketika wisatawan mengalami

kemacetan, penyediaan informasi secara *real-time* tentang kondisi lalu lintas, jalur alternatif, dapat membantu mengurangi rasa kecewa dan meningkatkan penilaian positif terhadap destinasi wisata tersebut. b) *Accesibility*, menunjukkan seberapa mudah sumber daya pariwisata digital dapat diakses dan digunakan oleh para wisatawan, serta cara wisatawan mendapatkan informasi, baik di dalam maupun di luar lokasi tujuan wisata melalui *Smart Tourism Technology* (Torabi et al., 2023). c) *Interactivity*, memudahkan wisatawan memberikan umpan balik secara langsung serta berkomunikasi secara positif ketika menggunakan *Smart Tourism Technology* (Anh et al., 2024). d) *Personalization*, memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dapat meningkatkan kesadaran wisatawan terhadap layanan. Melalui pengumpulan data mengenai perilaku konsumen, *Smart Tourism Technology* memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai kebiasaan dan selera para pengguna, sehingga dapat menawarkan produk dan layanan yang tepat sesuai dengan preferensi wisatawan (Zhang et al., 2022). e) *Security*, kemampuan *Smart Tourism Technology* dalam menjalankan fungsi serta melindungi informasi pribadi menjadi faktor penting bagi wisatawan dalam menggunakan *Smart Tourism Technology*, sehingga dapat meningkatkan pengalaman berwisata di destinasi wisata (Jeong & Shin, 2020).

Smart Tourism Technology sangat berguna pada tahap awal pembuatan ide dan mencari informasi saat berwisata, misalnya untuk menemukan tujuan wisata yang sesuai serta merencanakan jadwal perjalanan. Penggunaan *Smart Tourism Technology* memberikan manfaat bagi wisatawan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya, yang berdampak positif pada peningkatan kualitas

pelayanan, sehingga memperbaiki pengalaman berwisata secara keseluruhan (Chaieb, 2025). *Smart Tourism Technology* membantu penyedia destinasi pariwisata memahami dengan lebih baik kebutuhan wisatawan dan meningkatkan pengelolaan sumber daya serta kinerja wisatawan (Shen et al., 2020). Teknologi ini juga terbukti mampu meningkatkan pengalaman wisata dan kepuasan wisatawan, karena memberikan kemudahan, efisiensi, serta layanan yang lebih personal (Ionescu & Sârbu, 2024). Selain itu, pemanfaatan teknologi seperti aplikasi *mobile*, *artificial intelligence*, dan *big data* dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih berkesan serta meningkatkan kebahagiaan wisatawan (Zheng & Wu, 2023).

Hal ini menunjukkan bahwa adanya *Smart Tourism Technology* membawa pengalaman yang indah dan menyenangkan bagi para wisatawan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan keinginan untuk berkunjung kembali ke wisata (Rahmawati et al., 2023). Menurut Pai et al. (2020), kepuasan yang tinggi terhadap pengalaman *Smart Tourism Technology* bisa membuat pengalaman wisata secara keseluruhan lebih menyenangkan, sehingga meningkatkan rasa bahagia wisatawan. Ketika wisatawan merasa bahwa *Smart Tourism Technology* sangat membantu selama berwisata. Hal ini akhirnya membuat pengunjung merasa puas dan bahagia, sehingga mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali (Evelyn et al., 2024).

Wisatawan yang puas dengan pengalaman *Smart Tourism Technology* terbukti lebih cenderung untuk berkunjung kembali. Menurut penelitian Singh & Ojha (2025), pengalaman *Smart Tourism Technology* yang baik mampu meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong minat untuk berkunjung

kembali. Di sisi lain, Fortune Business Insights (2025) melaporkan adanya peningkatan permintaan wisatawan terhadap pengalaman yang disesuaikan dengan selera pengunjung. Hal ini mengharuskan pengelola destinasi untuk memanfaatkan teknologi canggih sesuai dengan preferensi pengunjung (Ichsan et al., 2024). Menurut Fikri et al. (2024), pengalaman yang positif yang didorong oleh teknologi, kesiapan, dan reputasi di dunia maya secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan serta niat untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan penelitian Qian et al. (2023), menunjukkan bahwa *Smart Tourism Technology* berperan penting dalam membentuk wisatawan untuk berkunjung kembali. Kebahagiaan berperan sebagai faktor penting bukan hanya dalam menciptakan rasa puas bagi pengunjung, tetapi juga dalam memengaruhi keinginan pengunjung untuk kembali berkunjung dan menyarankan destinasi tersebut kepada orang lain (Králiková et al., 2025). Yuksel et al. (2024), menyatakan bahwa kepuasan dan kebahagiaan wisatawan secara efektif berkaitan dengan pengalaman pengunjung dalam menggunakan *Smart Tourism Technology*, di mana partisipasi aktif wisatawan dalam memahami dan mengalami pengalaman berperan penting.

Menurut Haji (2021), kualitas pengalaman yang dirasakan wisatawan saat berkunjung berperan penting dalam membentuk tingkat kepuasan. Semakin tinggi kepuasan wisatawan, semakin besar kecenderungan wisatawan untuk berkunjung kembali. Selain itu, perasaan bahagia yang muncul selama aktivitas wisata mendorong keinginan untuk berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa kebahagiaan yang dirasakan wisatawan mencerminkan penilaian positif terhadap

daya tarik destinasi wisata yang dikunjungi. Selain itu, penelitian Ruslan et al. (2023) menyatakan bahwa besar responden positif terhadap *Smart Tourism Technology*, karena dianggap mampu meningkatkan kebahagiaan wisatawan dan juga meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung ke Malaysia.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan *Smart Tourism Technology* dapat menciptakan pengalaman yang menarik dan menyenangkan bagi para wisatawan, sehingga meningkatkan kepuasan wisatawan dan kemungkinan untuk berkunjung kembali (Rahmawati et al., 2023). Selain itu, kepuasan dan kebahagiaan wisatawan merupakan faktor penting yang memengaruhi keinginan untuk berkunjung kembali (Králíková et al., 2025). Sebagian penelitian hanya meninjau hubungan antara *Smart Tourism Technology*, kepuasan dan niat berkunjung kembali tanpa mempertimbangkan peran kebahagiaan (Pai et al., 2020). Penelitian ini menambahkan dimensi keamanan sebagai aspek baru dalam pengalaman *Smart Tourism Technology*, sehingga melengkapi empat dimensi umum yang biasa digunakan dalam penelitian sebelumnya. Penambahan peran kebahagiaan dan dimensi *security* memberikan kontribusi teoritis dengan memperluas pemahaman mengenai kebahagiaan wisatawan serta pentingnya perlindungan data dan privasi bagi wisatawan, topik yang masih jarang dibahas dalam konteks *Smart Tourism Technology*.

Selain itu, penelitian ini menggunakan sampel wisatawan yang berkunjung ke daerah Canggu, Bali, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Penelitian ini memberikan perspektif kontekstual dan regional yang lebih luas, serta memperkaya literatur mengenai penerapan dan persepsi *Smart Tourism Technology*

di destinasi wisata Asia Tenggara, khususnya di Indonesia. Topik ini perlu diteliti karena berbagai alasan praktis dan akademis. Dari sisi praktis, destinasi wisata yang bisa meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pengunjung.

Secara akademis, penelitian ini membantu mengisi celah dalam kajian mengenai hubungan *Smart Tourism Technology* dengan kebahagiaan wisatawan yang masih jarang dibahas. *Smart Tourism Technology* diakui sebagai strategi imperatif bagi destinasi dalam memenuhi kebutuhan wisatawan *modern*, riset seperti ini sangat penting untuk membantu pembuat kebijakan dan praktisi dalam merancang strategi digital yang efektif (Annafi, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara menyeluruh bagaimana pengaruh *Smart Tourism Technology* terhadap kepuasan, kebahagiaan dan niat berkunjung kembali menjadikan topik ini sangat relevan baik dalam pengembangan pariwisata secara praktis maupun dalam literatur akademis.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengalaman *Smart Tourism Technology* yang dirasakan berpengaruh terhadap *Travel Satisfaction*?
2. Apakah *Travel Satisfaction* berpengaruh terhadap *Tourist Happiness*?
3. Apakah *Travel Satisfaction* berpengaruh terhadap *Revisit Intention*?
4. Apakah *Tourist Happiness* berpengaruh terhadap *Revisit Intention*?

1.3. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh pengalaman *Smart Tourism Technology* yang dirasakan berpengaruh terhadap *Travel Satisfaction*.
2. Menganalisis pengaruh *Travel Satisfaction* terhadap *Tourist Happiness*.
3. Menganalisis pengaruh *Travel Satisfaction* terhadap *Revisit Intention*.
4. Menganalisis pengaruh *Tourist Happiness* terhadap *Revisit Intention*.

1.4. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a) Menambah wawasan mengenai *Smart Tourism Technology* dengan menambahkan atribut baru yaitu *security* ke dalam kerangka pengalaman *Smart Tourism Technology*. Atribut tersebut dapat diukur melalui lima aspek utama, yaitu *informativeness*, *accessibility*, *interactivity*, *personalization*, dan *security*. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas teori *Smart Tourism Technology* dengan menyajikan kerangka konseptual yang lebih lengkap.
- b) Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori perjalanan wisata yang menggunakan *Smart Tourism Technology* terkait peran kepuasan serta kebahagiaan dalam meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan.

2. Manfaat Praktis

- a) Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan berbasis teknologi (*Smart Tourism*

Technology), seperti penyediaan informasi digital, akses internet, aplikasi wisata, dan sistem pembayaran digital. Peningkatan tersebut, diharapkan dapat meningkatkan *Travel Satisfaction* dan *Tourist Happiness*, yang pada akhirnya mendorong *Revisit Intention* wisatawan ke Canggü.

- b) Memberikan *insight* bagi pelaku usaha (hotel, kafe, beach club, dll.) untuk lebih memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan pengalaman wisatawan. Misalnya melalui *digital marketing*, *online reservation*, dan pelayanan berbasis aplikasi agar wisatawan merasa lebih puas dan bahagia selama berkunjung.
- c) Memberikan referensi bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan keamanan infrastruktur dan sistem informasi digital yang diakses oleh wisatawan agar destinasi tetap membangun kepercayaan dan mampu menarik niat berkunjung kembali.
- d) Manfaat bagi wisatawan yaitu memberikan kemudahan dalam merencanakan dan menikmati perjalanan melalui pemanfaatan *Smart Tourism Technology* di Canggü. Wisatawan dapat memperoleh informasi dengan lebih cepat dan akurat, sehingga meningkatkan *Travel Satisfaction* dan *Tourist Happiness*. Pada akhirnya, pengalaman wisata yang lebih nyaman dan menyenangkan ini dapat mendorong keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan

Bab ini menyajikan latar belakang penelitian yang menjelaskan evolusi dalam sektor pariwisata serta hubungannya dengan *Smart Tourism Technology*, *Travel Satisfaction*, *Tourist Happiness*, dan *Revisit Intention*. Selain itu, bab ini juga menyampaikan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat yang diperoleh, serta sistematika penulisan.

2. Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas berbagai teori yang terkait, seperti konsep *Smart Tourism Technology*, *Travel Satisfaction*, *Tourist Happiness*, dan *Revisit Intention*. Selain itu, bab ini juga menyajikan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dan merumuskan kerangka pemikiran serta pengembangan hipotesis penelitian.

3. Bab III: Metodologi Penelitian

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, termasuk jenis penelitian, populasi serta sampel yang diteliti, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian.

4. Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh dari proses analisis data, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan mengenai temuan-temuan yang ditemukan. Pembahasan dilakukan dengan menghubungkan hasil penelitian tersebut dengan teori, penelitian sebelumnya, serta konteks *Smart Tourism Technology*.

5. Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang menjawab permasalahan yang diajukan, implikasi manajerial serta memberikan saran untuk penelitian berikutnya dan rekomendasi bagi pengelola tempat wisata dalam meningkatkan destinasi wisata dengan menerapkan *Smart Tourism Technology*.

