

BAB II **KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

2.1 Pengertian Minat Kunjungan Wisatawan

Minat Kunjungan merupakan keinginan atau kehendak seseorang untuk melakukan sesuatu yang terkait dengan sikap (Kamisa, 1997). Minat kunjungan merupakan sebuah niat yang dianggap sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengunjungi lagi tempat pariwisata dalam periode tertentu (Woodside dan MacDonald, 1994; Chen *et al.*, 2014). Menurut Albarq (2014) Minat Kunjungan wisatawan merupakan tahap dimana calon wisatawan bertindak sebelum mengambil keputusan akhir dan melakukan perjalanan ke tempat yang dituju. Keinginan melakukan perjalanan diasumsikan memiliki teori yang mirip dengan niat perilaku yang mana secara harfiah menekankan niat seseorang untuk melakukan perjalanan atau komitmen perjalanan dan mengubah motivasi menjadi perilaku (Bai dan Hu, 2009). Dengan demikian, mereka mewakili bagaimana seseorang berperilaku, dan seberapa banyak usaha yang mungkin dia terapkan pada perilaku itu (Moutinho, 1987). Menurut Jang dan Namkung (2009) keinginan melakukan perjalanan tidak bersifat mutlak, hal ini dikarenakan kemungkinan apa yang dirasakan oleh wisatawan dapat berubah sewaktu-waktu dan dapat mempengaruhi perilaku serta keputusan akhir.

2.2 Model Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang keinginan melakukan perjalanan (*travel intention*) masih banyak dikaji oleh para peneliti dari berbagai negara pada lebih dari satu dekade terakhir. Kajian literatur menunjukkan setidaknya terdapat 35 hasil penelitian yang telah dipublikasikan pada jurnal ilmiah internasional yang bisa ditemukan pada

database jurnal *Emerald Insight, Elsevier* dan mesin pencari *Google Scholar* dari tahun 2008-2018. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian literatur ini adalah *eWOM*, sikap turis mancanegara dan keinginan melakukan perjalanan. Hal ini menunjukkan bahwa studi tentang keinginan melakukan perjalanan masih menjadi topik menarik bagi penelitian di bidang pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian tentang keinginan melakukan perjalanan, masih banyak jurnal publikasi yang diteliti baik dari Negara asal di negara maju maupun negara berkembang secara akumulatif setidaknya terdapat 35 publikasi internasional tentang keinginan melakukan perjalanan, 23 penelitian menggunakan data yang berasal dari negara maju dan 12 penelitian menggunakan data yang berasal dari negara berkembang. Negara-negara yang menjadi sumber data penelitian terkait di negara maju terdapat meliputi: Amerika Serikat (Ferns *et al.*, 2012; Han *et al.*, 2010; Huang *et al.*, 2018; Hung *et al.*, 2012; Leung dan Jiang, 2018; Wu, 2015), Turkey (Abubakar *et al.*, 2016; Akgun *et al.*, 2015), Korea Selatan (Choi *et al.*, 2013; Chung *et al.*, 2015; Kim *et al.*, 2018; Lee *et al.*, 2012), Hongkong (Cho, 2008), Taiwan (Chen *et al.*, 2014; Horng *et al.*, 2012; Horng *et al.*, 2012; Jang *et al.*, 2009; Wang, 2012), France, Sweden, dan ,Switzerland (Hoz-correa *et al.*, 2018), Tiongkok (Han *et al.*, 2011; Wang, 2015; Zhang *et al.*, 2016), dan Belgium (Tessitore *et al.*, 2014). Serta untuk penelitian yang berasal dari negara berkembang, meliputi: Indoneisa (Prayogo *et al.*, 2017), Malaysia (Krishnapillai dan Ying, 2017), Yordania (Albarq, 2013), Iran (Doosti *et al.*, 2016; Fakharyan *et al.*, 2012; Ghaderi *et al.*, 2018; Jalilvand *et al.*, 2012a, 2012b, 2013), dan Tunisia (Hamid *et al.*, 2016; Zarrad dan Debabi., 2015). Data penelitian yang berasal dari negara maju dan berkembang menunjukkan jumlah

yang berbeda dimana negara maju mendominasi dari pada negara berkembang. Namun demikian data penelitian yang diambil dari Indonesia terkait keinginan berkunjung masih sedikit, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa penelitian terkait keinginan melakukan perjalanan masih terbuka. Hal ini yang juga memotivasi penulis untuk meneliti keinginan melakukan perjalanan di negara berkembang terutama di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelusuran studi-studi empiris bahwa dalam kurun waktu 10 tahun terakhir setidaknya terdapat 1 penelitian yang dilakukan untuk meneliti keinginan melakukan perjalanan. Pada tahun 2008 terdapat 1 penelitian (Cho, 2008), pada tahun 2009 terdapat 1 penelitian (Jang *et al.*, 2009), pada tahun 2010 terdapat 1 penelitian (Han *et al.*, 2010), pada tahun 2011 terdapat 1 penelitian (Han *et al.*, 2011), pada tahun 2012 terdapat 10 penelitian (Fakharyan *et al.*, 2012; Ferns *et al.*, 2012; Horng *et al.*, 2012; Horng *et al.*, 2012; Hung *et al.*, 2012; Jalilvand *et al.*, 2012a, 2012b; Lee *et al.*, 2012; Wang, 2012), pada tahun 2013 terdapat 4 penelitian (Albarq, 2013; Choi *et al.*, 2013; Jalilvand *et al.*, 2013), pada tahun 2014 terdapat 2 penelitian (Chen *et al.*, 2014; Tessitore *et al.*, 2014), pada tahun 2015 terdapat 5 penelitian (Akgun *et al.*, 2015; Chung *et al.*, 2015; Wang, 2015; Wu, 2015; Zarrad dan Debabi, 2015), pada tahun 2016 terdapat 4 penelitian (Chung *et al.*, 2016; Doosti *et al.*, 2016; Zhang *et al.*, 2016), pada tahun 2017 terdapat 2 penelitian (Krishnapillai dan Ying, 2017; Prayogo *et al.*, 2017), pada tahun 2018 terdapat 5 penelitian (Ghaderi *et al.*, 2018; Hoz-correa *et al.*, 2018; Huang *et al.*, 2018; Kim *et al.*, 2018; Leung dan Jiang, 2018). Ditinjau dari tahun dan jumlah publikasi penelitian per tahun dapat disimpulkan bahwa penelitian tentang keinginan melakukan perjalanan ini masih menjadi topik yang

menarik untuk diteliti. Hal ini juga yang mendasari alasan penelitian ini memfokuskan keinginan melakukan perjalanan.

Penelitian mengenai keinginan melakukan perjalanan pada sektor publik di negara maju ternyata banyak dilakukan pada industri pariwisata (Cho, 2008; Chung *et al.*, 2016; Ferns *et al.*, 2012; Huang *et al.*, 2018; Hung *et al.*, 2012; Jang *et al.*, 2009), Hiburan (Tessitore *et al.*, 2014; Wu, 2015), medis (Abubakar *et al.*, 2016; Choi *et al.*, 2013; Hoz-correa *et al.*, 2018; Lee *et al.*, 2012), kuliner (Choi *et al.*, 2013; Horng *et al.*, 2012; Horng *et al.*, 2012), internet (Chen *et al.*, 2014; Leung dan Jiang, 2018; Wang, 2012), karya literatur (Akgun *et al.*, 2015), serta untuk negara berkembang seluruhnya dilakukan pada sektor pariwisata (Doosti *et al.*, 2016; Ghaderi *et al.*, 2018; Han *et al.*, 2011; Jalilvand *et al.*, 2012; Krishnapillai dan Ying, 2017; Wang, 2015; Zhang *et al.*, 2016). Oleh karena belum banyak dilakukan penelitian mengenai keinginan melakukan perjalanan pada industri pariwisata di Indonesia, maka penelitian ini memfokuskan pada keinginan melakukan perjalanan di negara berkembang (Indonesia) terutama di kota Batam.

Hasil analisis jurnal-jurnal ilmiah bisa diunduh secara *full-text* terkait keinginan melakukan perjalanan menunjukkan banyak variabel yang telah teruji mempengaruhi keinginan melakukan perjalanan. Variabel-variabel tersebut antara lain *eWOM*, sikap turis, citra destinasi, motivasi, empati, pengetahuan, sumber informasi ,dll. Kajian literatur tersebut menunjukkan, terdapat lima variabel yang paling sering digunakan dalam mengestimasi keinginan melakukan perjalanan, yaitu : Sikap turis (Albarq, 2013; Doosti *et al.*, 2016; Fakharyan *et al.*, 2012; Han *et al.*, 2011; Jalilvand *et al.*, 2012a, 2012b, 2013; Kim *et al.*, 2018; Leung dan

Jiang, 2018; Zarrad dan Debabi, 2015). Hasil dari studi yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti ini menunjukkan bahwa sikap turis mampu meningkatkan keinginan melakukan perjalanan. Sikap turis yang dimaksud merupakan sebuah usaha mencari informasi tentang tujuan, mengatur alternatif, mengevaluasi alternatif dan terakhir memilih tujuan.

Pencarian informasi dalam menyusun perjalanan, wisatawan cenderung menggunakan internet pada abad 21 ini. Hal ini juga merupakan faktor pendukung dalam pencarian informasi pada *eWOM* yang mampu mempengaruhi keinginan melakukan perjalanan. Penelitian terdahulu mengenai hubungan antara *eWOM* terhadap keinginan melakukan perjalanan telah diteliti oleh: (Abubakar *et al.*, 2016; Albarq, 2013; Chung *et al.*, 2016; Doosti *et al.*, 2016; Fakharyan *et al.*, 2012; Ghaderi *et al.*, 2018; Hoz-correa *et al.*, 2018; Jalilvand *et al.*, 2012a, 2012b, 2013; Krishnapillai dan Ying, 2017; Prayogo *et al.*, 2017; Zarrad dan Debabi, 2015). *eWOM* pada umumnya dapat mempengaruhi keputusan keinginan melakukan perjalanan, dapat diteliti dari banyaknya ulasan baik atau buruknya suatu destinasi. Semakin banyaknya ulasan buruk tentang suatu destinasi maka semakin kecil pula keinginan melakukan perjalanan dan sebaliknya, semakin banyak ulasan bagus tentang destinasi maka semakin besar pula keinginan melakukan perjalanan ke suatu destinasi.

Selain *eWOM*, faktor pendukung lain yang dapat meningkatkan keinginan melakukan perjalanan adalah informasi tentang destinasi wisata. Penelitian terdahulu mengenai hubungan antara citra destinasi terhadap keinginan melakukan perjalanan telah diteliti oleh: (Doosti *et al.*, 2016; Fern *et al.*, 2012; Horng *et al.*, 2012, 2012b; Kim *et al.*, 2018; Prayogo *et al.*, 2017; Tessitore *et al.*,

2014; Wang, 2015). Citra destinasi dapat meningkatkan keinginan melakukan perjalanan, dimana wisatawan akan aman dan nyaman ketika suatu citra destinasi dikatakan memiliki dampak positif, hal ini akan meningkatkan motivasi dan keinginan melakukan perjalanan wisatawan.

Penelitian terdahulu lainnya juga memiliki hasil yang menarik untuk membahas motivasi wisatawan sebagai variabel yang mampu mempengaruhi keinginan melakukan perjalanan. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh: (Cho, 2008; Chung *et al.*, 2016; Han *et al.*, 2010; Jang *et al.*, 2009) yang mana dijelaskan pada penelitian tersebut bahwa, motivasi perjalanan adalah prediktor yang efektif dari perilaku wisatawan karena pola pikir para wisatawan sangat memengaruhi perjalanan masa depan mereka.

Pada penelitian keinginan melakukan perjalanan ini, terdapat beberapa variabel dependen yang berbeda namun mencakup topik yang sama. Oliver dan Swan (1989) menjelaskan bahwa sikap memiliki dua jenis, sikap terhadap objek fisik (misalnya, produk) dan sikap terhadap perilaku tertentu. Ketika perilaku yang diperiksa adalah perilaku perjalanan, niat berkunjung (*visit intention*) menunjukkan rencana wisata untuk perilaku perjalanan masa depan yang artinya rencana konsumen untuk perilaku keputusan masa depan yang juga dapat disebut keinginan melakukan perjalanan. Penelitian terdahulu mengenai niat kunjungan telah diteliti oleh: (Akgun *et al.*, 2015; Albarq, 2013; Chen *et al.*, 2014; Cho, 2008; Choi *et al.*, 2013; Ferns *et al.*, 2012; Han *et al.*, 2010; Han *et al.*, 2011; Huang *et al.*, 2018; Kim *et al.*, 2018; Leung dan Jiang, 2018; Prayogo *et al.*, 2017). Dengan demikian, penelitian tersebut menjelaskan bahwa keinginan

melakukan perjalanan dan keinginan melakukan perjalanan memiliki topik pembahasan yang sama.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan antara *eWOM* dengan Sikap Wisatawan Yang Datang Berkunjung ke Kota Batam

Menurut (Litvin *et al.*, 2006) *eWOM* merupakan semua komunikasi informal diarahkan pada konsumen lain tentang kepemilikan, penggunaan, atau karakteristik barang dan jasa tertentu atau penjualnya. Didalam pariwisata, *eWOM* merupakan elemen yang menilai kesetiaan wisatawan dengan cara membuat rekomendasi tempat wisata yang sudah dikunjungi kepada orang lain melalui internet (Oppermann, 2000). Wisatawan akan melihat rekomendasi, komentar atau ulasan pada situs web seperti Tripadvisor sebagai rujukan sebelum melakukan perjalanan (Viglia *et al.*, 2016).

Beberapa penelitian telah menyatakan *eWOM* memainkan peran utama dalam membentuk sikap dan perilaku konsumen (Castaneda *et al.*, 2009). Niat wisatawan dalam meninjau ulasan konsumen lain di internet mengenai layanan atau produk meningkatkan kesadaran sikap wisatawan (Vermeulen dan Seeger, 2009; Dennis *et al.*, 2009)

Studi yang telah dilakukan oleh Fakharyan *et al.* (2012) menunjukkan bahwa *eWOM* berpengaruh signifikan terhadap sikap turis mancanegara. Hasil penelitian Fakharyan *et al.* (2012) juga sejalan dengan hasil penelitian, seperti: (Doosti *et al.*, 2016; Albarq, 2013; Jalilvand *et al.*, 2012a, 2012b, 2013; Zarrad dan Debabi, 2015).

2.3.2 Hubungan antara *eWOM* dengan Minat Kunjungan Wisatawan yang ada di Kota Batam

Penerapan *eWOM* telah memberi konsumen lebih banyak cara untuk memperoleh informasi produk, terutama dengan mempertimbangkan pendapat konsumen lain, dan memberikan peluang bagi konsumen untuk berbagi pendapat mereka sendiri. (Zarrad dan Debabi, 2015). *eWOM* dianggap sebagai sumber informasi penting mempengaruhi keinginan melakukan perjalanan wisatawan dan pilihan tujuan wisata (Grewal *et al.*, 2003).

Penelitian terkait pariwisata baru-baru ini telah menunjukkan pengaruh *eWOM* memiliki dampak yang lebih besar pada produk dan layanan terkait pariwisata di beberapa negara (Litvin *et al.*, 2008). Beberapa peneliti berpendapat bahwa *eWOM* lebih kuat daripada pemberian informasi tradisional berupa brosur, koran, dan sebagainya (Tucker, 2011). *eWOM* dianggap sebagai sumber informasi penting yang mempengaruhi keinginan melakukan perjalanan wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata ataupun akan berkunjung ke destinasi wisata.

Studi yang telah dilakukan oleh Jalilvand *et al.* (2012) *eWOM* berpengaruh signifikan terhadap keinginan melakukan perjalanan. Hasil penelitian Jalilvand *et al.* (2012) juga sejalan dengan hasil penelitian, seperti: (Abubakar *et al.*, 2016; Albarq, 2013; Chung *et al.*, 2016; Doosti *et al.*, 2016; Fakharyan *et al.*, 2012; Hoz-correa *et al.*, 2018; Prayogo *et al.*, 2017; Jalilvand *et al.*, 2012, 2013; Krishnapillai dan Ying, 2017; Zarrad dan Debabi, 2015).

2.3.3 Hubungan antara Sikap Wisatawan berpengaruh terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Kota Batam

Sikap terhadap perilaku tertentu telah didefinisikan sebagai level atau kedudukan yang dapat mewakili perasaan orang tersebut (Ajzen, 1991). Seorang individu dengan sikap yang baik terhadap suatu perilaku akan memiliki niat yang lebih kuat terhadap perilaku itu (Ajzen, 1991). Secara khusus, wisatawan akan mulai mencari informasi tentang tujuan, mengatur alternatif, mengevaluasi alternatif dan terakhir memilih tujuan (Hamid *et al.*, 2016). Dalam konteks penelitian ini, perilaku yang dimaksud adalah keinginan melakukan perjalanan ke tujuan tersebut dan sikapnya adalah sikap turis terhadap tujuan.

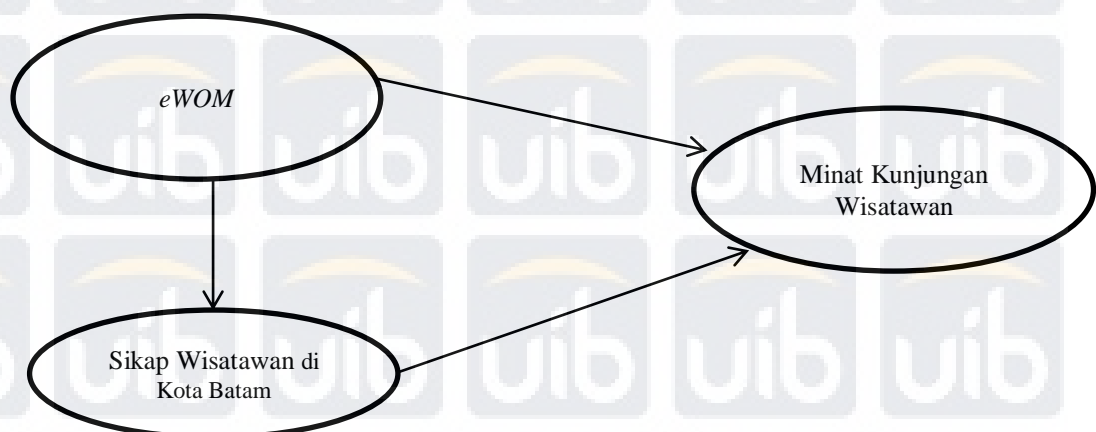
Sikap mengacu pada evaluasi keseluruhan seseorang dalam melakukan perilaku. Beberapa penelitian menunjukkan keinginan melakukan perjalanan didasarkan pada kondisi rasional dan sikap. Dengan kata lain, kondisi psikologis sering mempengaruhi sikap turis yang dapat mengarah ke keinginan melakukan perjalanan (Wu, 2015). Hal ini mendukung pernyataan bahwa keinginan melakukan perjalanan itu ditentukan oleh sikap turis. Semakin besar sebuah sikap turis untuk melakukan perjalanan maka semakin besar pula keinginan turis untuk melakukan kunjungan perjalanan.

Studi yang telah dilakukan oleh Cho (2008), sikap turis berpengaruh signifikan terhadap keinginan melakukan perjalanan. Hasil penelitian Cho (2008) juga sejalan dengan hasil penelitian, seperti: (Akgun *et al.*, 2015; Albarq, 2013; Chen *et al.*, 2014; Zarrad dan Debabi, 2015; Choi *et al.*, 2013; Ferns *et al.*, 2012; Ghaderi *et al.*, 2018; Han *et al.*, 2010; Han *et al.*, 2011; Huang *et al.*, 2018; Kim *et al.*, 2018; Leung dan Jiang, 2018; Prayogo *et al.*, 2017).

2.4 Model Penelitian dan Perumusan Hipotesis

2.4.1 Model Penelitian

Model penelitian ini mengadopsi model penelitian yang dilakukan oleh (Zarrad dan Debabi, 2015) dalam jurnal “*Analyzing the Effect of Electronic Word of Mouth on Tourists’ attitude toward Destination and Travel Intention*”. Tujuan penggunaan jurnal ini adalah untuk menguji kembali Pengaruh *eWOM* sebagai variabel independen, sikap turis mancanegara sebagai variabel *intervening* dan keinginan melakukan perjalanan sebagai variabel dependen, dengan melakukan studi kasus di kota Batam. Berikut adalah model penelitian yang dijabarkan oleh peneliti (lihat Gambar 2.1).



Gambar 2.1 Perumusan Hipotesis, Sumber: Zarrad *et al.*, 2015

Berdasarkan model penelitian, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : *eWOM* berpengaruh terhadap sikap wisatawan Kota Batam.
- H2 : *eWOM* berpengaruh terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Kota Batam.
- H3 : Sikap wisatawan berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan ke Kota Batam.