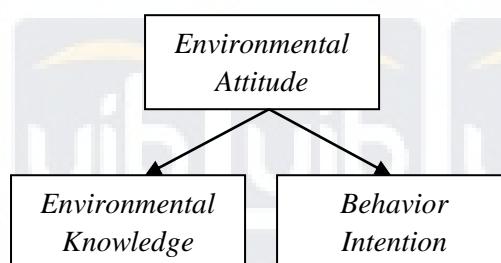


BAB II

KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN MASALAH

2.1 Model Penelitian Terdahulu

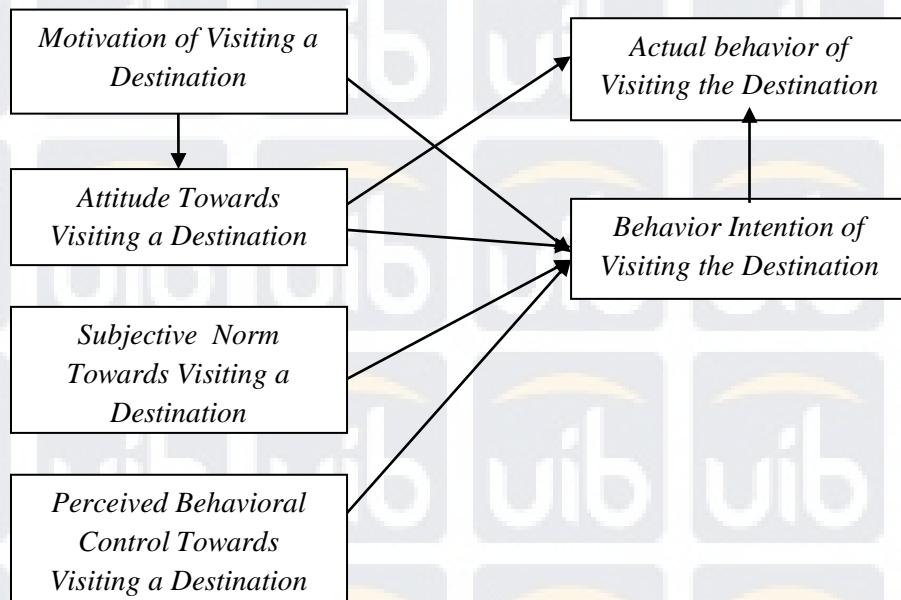
Penelitian dilakukan oleh Fang, W.T., C.Y., Huang, Y.W., *et al.*, (2018). menyatakan bahwa *environmental attitude* berpengaruh terhadap *environmental knowledge* dan *behavior intention*. Hubungan variable antara *environmental attitude* dengan *environmental knowledge* bahwa sikap dapat dipengaruhi oleh pengetahuan dan juga *environmental attitude* terhadap *behavior intention* sikap mempengaruhi perilaku sadar lingkungan, mengubah sikap, emosi dan lingkungan. Penelitian menyebarkan kuesioner di univesitas Taiwan, sebanyak 327 orang pria dan 508 orang perempuan yang berasal dari berbagai negara.



Gambar 2.1 *Environmental Literacy on Ecotourism : A Study on Student Knowledge, Attitude and Behavior Intention in China, Taiwan*, sumber : Fang, W.T., C.Y., Huang, Y.W., *et al.*, (2018).

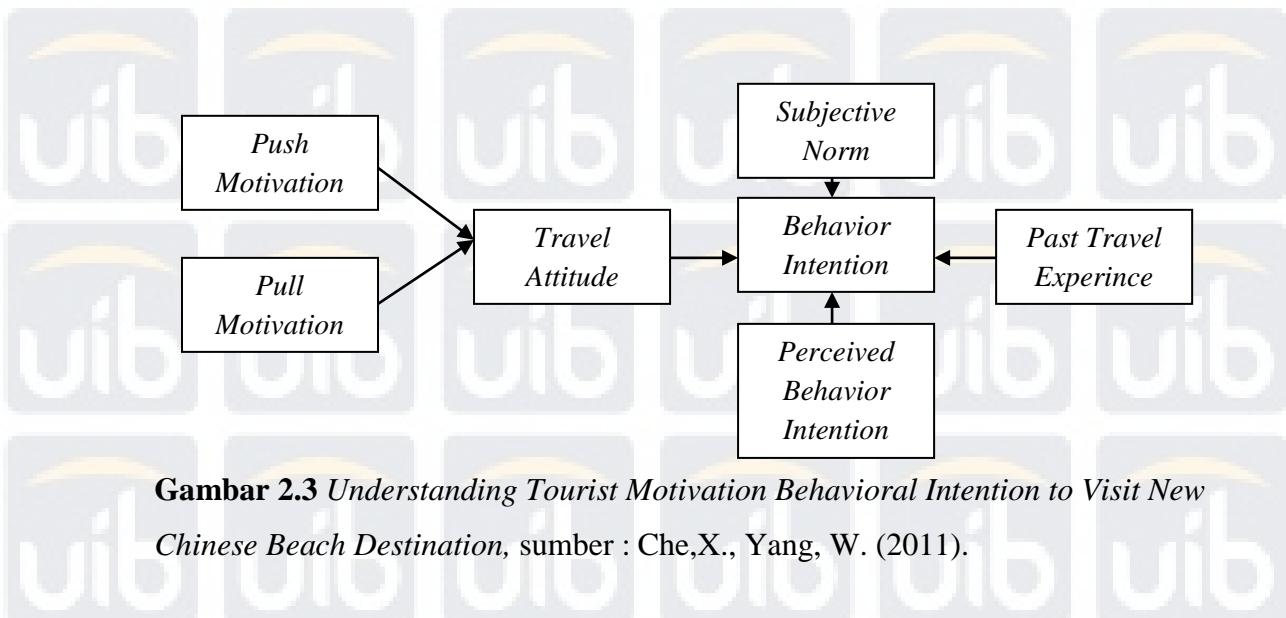
Penelitian ini dilakukan oleh Hsu, C.H.C., & Huang, S. (2010). Dengan variable penelitian yaitu *motivation of visiting a destination*, dan *theory planned behavior (TPB)* berpengaruh terhadap *behavior intention of visiting the destination*. tujuan dari penelitian ini memahami pembentukan perilaku (TPB) terhadap pemilihan tempat wisata dan untuk memperdalam hubungan TPB dengan pemilihan tempat wisata, peneliti menambahkan variable *motivation* berkontribusi sebagai pemahaman dan pembentukan, perubahan sikap dalam

memilih. Penelitian menyebarkan kuesioner dengan dibagi menjadi 2 gelombang yaitu tahap pertama penelitian menyebarkan kuesioner kepada 1.524 warga Beijing, Shanghai dan Guangzhou dan tahap kedua peneliti menyebarkan sebanyak 311 responden.

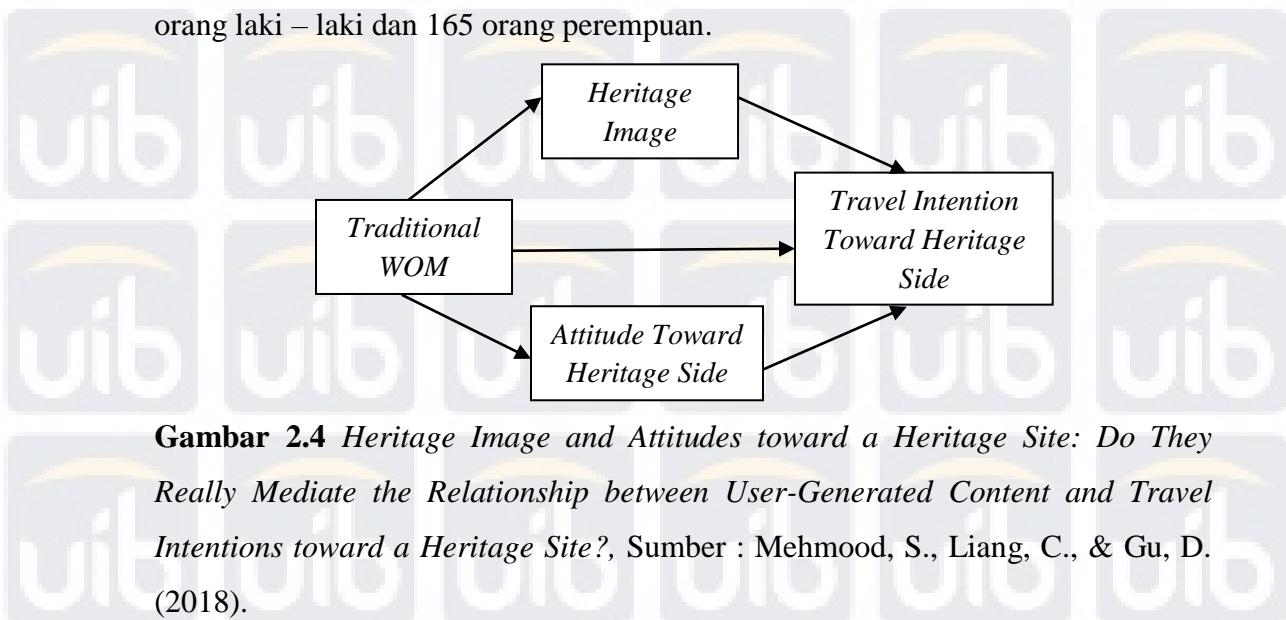


Gambar 2.2 Formation of Tourist Behavior Intention and Actual Behavior,
sumber : Hsu, C.H.C., & Huang, S. (2010).

Penelitian dilakukan oleh Che,X., Yang, W. (2011). Dengan variable yang diuji yaitu *motivation* mempengaruhi *travel attitude* terhadap *behavioral intention*, dan sikap *theory planned behavior (TPB)* terhadap *behavioral intention*. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menginvestigasi variable *motivation* dengan menerapkan kerangka *push* dan *pull motivation* dapat mempengaruhi faktor mempengaruhi pembangunan sikap *TPB*. Penelitian menyebarkan kuesioner di pulau Hainan, China dengan menganalisis niat wisatawan dalam berkunjung pantai di china. Kuesioner diberikan kepada 98 orang pria dan 134 orang perempuan.



Mehmood, S., Liang, C., & Gu, D. (2018). Melakukan penelitian ini dengan menganalisis hubungan antar variable WOM dengan variable *travel intention*, penelitian dilakukan di China dimana respondend merupakan wisatawan lokal dan internasional. Penelitian menyebarkan kuesioner kepada 115 orang laki – laki dan 165 orang perempuan.



Rajaratnam, S. D., Nair, V., Pahlevan Sharif, S., *et al.*, (2015). Melakukan penelitian ini untuk menguji bagaimana karakteristik sosial demografis (jenis wisata) mempengaruhi wisatawan, penelitian meneliti destinasi kunjungan wisatawan di Taman Negara, Royal Belum, Pangkor Malaysia dengan variable yang digunakan sebagai penelitian *perceived service quality* terhadap *behavioral intention*. Penelitian menyebarkan kuesioner yang berisi tentang fasilitas,

aksesibilitas, informasi, kualitas kepada 334 orang. Penelitian menganalisis hubungan antar variable diantaranya *perceived destination quality* terhadap *behavioral intention*.



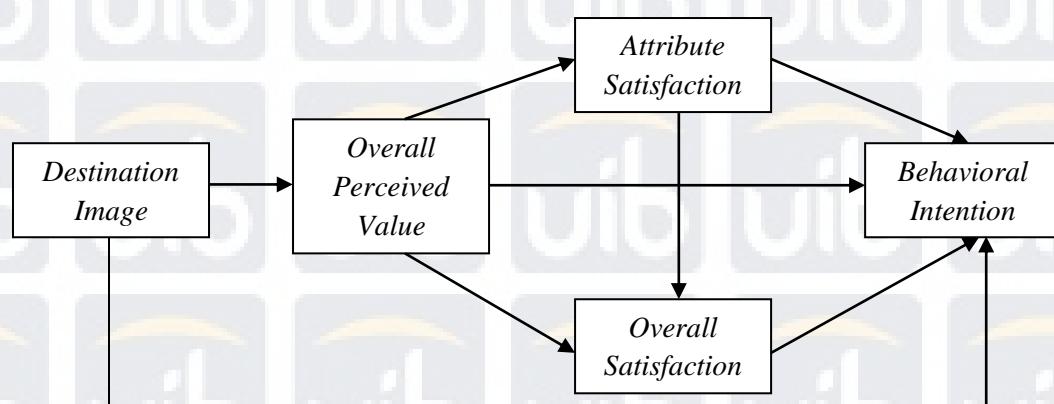
Gambar 2.5 *Destination Quality and Tourist Behavioral Intention : Rural Tourist Destination in Malaysia*, sumber : Rajaratnam, S. D., Nair, V., Pahlevan Sharif, S., et al., (2015).

Penelitian ini dilakukan oleh Zakbar,V., Brencic, M.M., & Dmitrovic, T. (2010). Tujuan penelitian untuk mengeksplor hubungan antara *perceived service quality* dan *behavioral intention* wisatawan. Variable antara *perceived service quality* terhadap *satisfaction* dan *loyalty* mempengaruhi niat wisatawan dalam memilih tujuan destinasi, secara umum peneliti menyatakan bahwa *service quality* tinggi dengan memberikan hasil signifikan akan mempengaruhi niat dalam memilih tujuan wisatawan. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 1.056 pengunjung dengan mengambil 4 sample tujuan wisata di Slovenia.



Gambar 2.6 *Modelling Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Behavioral Intention at the Destination Level*, sumber : Zakbar,V., Brencic, M.M., & Dmitrovic, T. (2010).

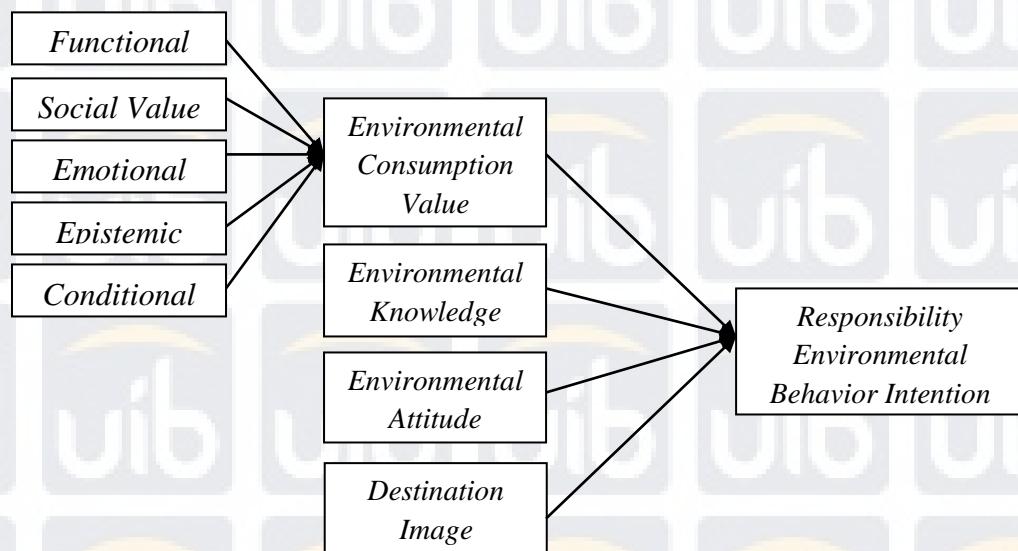
Phillipis, W.J., Wolfe, K., Hodur, N., & Leistritz, F.L. (2011). Melakukan penelitian untuk memahami manfaat pariwisata dan pentingnya presepsi niat pengunjung dalam memilih tujuan wisata baik dari *destination image*, *value*, dan *satisfaction* sebagai variable penguji. Menurut penelitian Phillips, W.J., et al., (2011). bahwa *destination image* merupakan faktor penting dalam mempengaruhi tujuan wisata, dan turis juga merasakan *values* yang diperoleh dari mereka bayar. Peneliti menyebarkan kuesioner ke daerah Medora di Dakota Utara dengan jumlah responden sebanyak 107 orang laki – laki dan 189 orang perempuan.



Gambar 2.7 Tourist Word of Mouth and Revisit Intentions to Rural Tourism

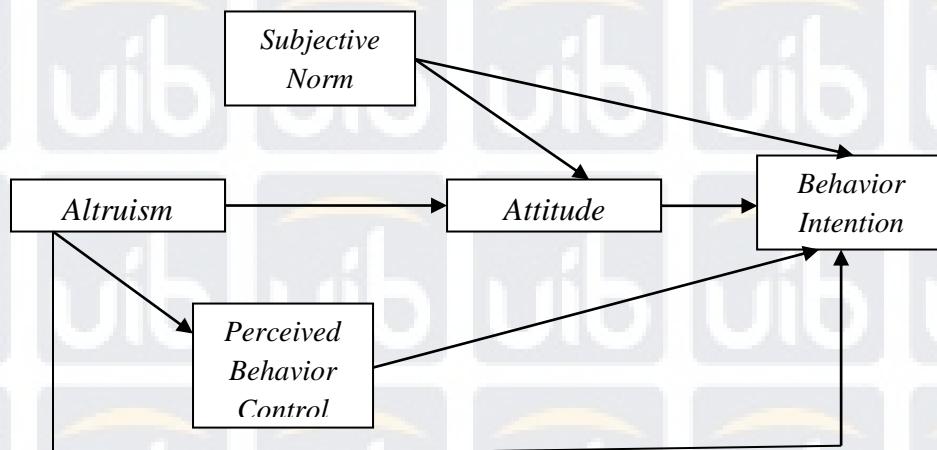
Destination : a Case of North Dakota, USA, sumber : Phillipis, W.J., Wolfe, K., Hodur, N., & Leistritz, F.L. (2011).

Penelitian ini dilakukan oleh Intan, S., Wong, N., Samdin, Z., Teng, P. K., & Jit, B. L. (2019). Tujuan penelitian untuk menganalisis pendorong niat wisatawan dengan melalui perilaku tanggung jawab wisatawan terhadap lingkungan sekitar. Penelitian menyebarkan kuesioner di tempat wisata Marine Park kepada 45 orang laki – laki, 58 orang perempuan berada di umur 18 – 22 tahun dan rata – rata responden ialah belum pernah mengunjungi taman wisata Marine Park. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan *environmental, destination image* terhadap *behavior intention*.



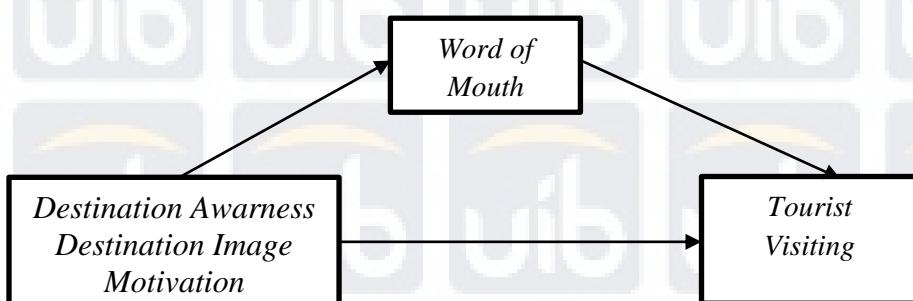
Gambar 2.8 *The Impact of Knowledge, Attitude, Consumption Values and Destination Image on Tourists Responsible Environmental Behaviour Intention,*
sumber : Intan, S., Wong, N., Samdin, Z., Teng, P. K., & Jit, B. L. (2019).

Teng, Y.,M., Wu, K.,S., & Liu, H., H.,(2013). menggunakan variable *theory planned behavior (TPB)*, *altruism*, terhadap *behavior intention*, tujuan penelitian untuk menganalisis karakteristik individu mempengaruhi niat wisatawan. *Altruism* merupakan kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat dan orang lain, dan *altruism* memberikan kontribusi besar terhadap niat dan sikap, hubungan antara *altruism* dengan variable *TPB* dan *behavioral* bahwa *altruism* dapat memberikan faktor motivasi yang efektif untuk mengarahkan seseorang dalam memilih tujuan. Peneliti menyebarkan kuesioner ke *green hotel* terdapat di Taiwan kepada 258 orang responden.



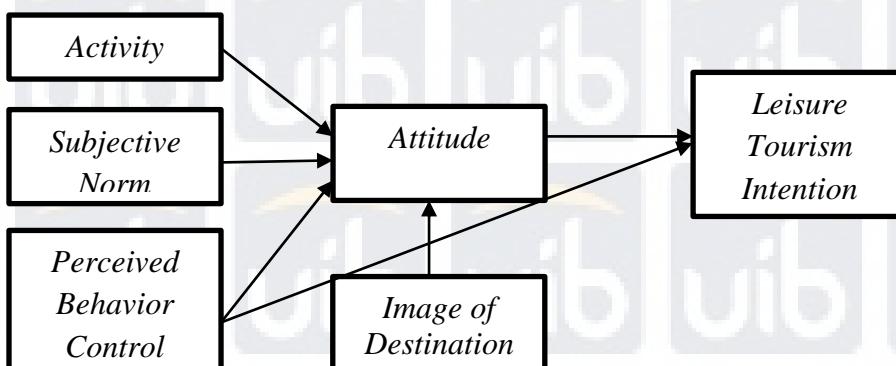
Gambar 2.9 Integration Altruism and the Theory of Planned Behavior to Predict Patronage Intention of a Green Hotel, sumber : Teng, Y.,M., Wu, K.,S., & Liu, H., H.,(2013).

Mohd Isa, S., & Ramli, L. (2014). Dengan variable yang diuji *destination, motivation* dan *word of mouth* sebagai variable *intervening* terhadap *tourist visiting*. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor – faktor mempengaruhi perilaku wisatawan ke suatu tempat destinasi. Penelitian menyebarkan kuesioner ke pengunjung yang datang di FRI Aquarium, Malaysia dengan jumlah responden sebanyak 52% laki – laki dan 48% perempuan. Sebagian dari responden mengisi kuesioner merupakan siswa – siswi dan mahasiswa.



Gambar 2.10 Factor Influencing Visiting in Marine Tourism : Lessons Learned From FRI Aquarium Penang, sumber : Mohd Isa, S., & Ramli, L. (2014).

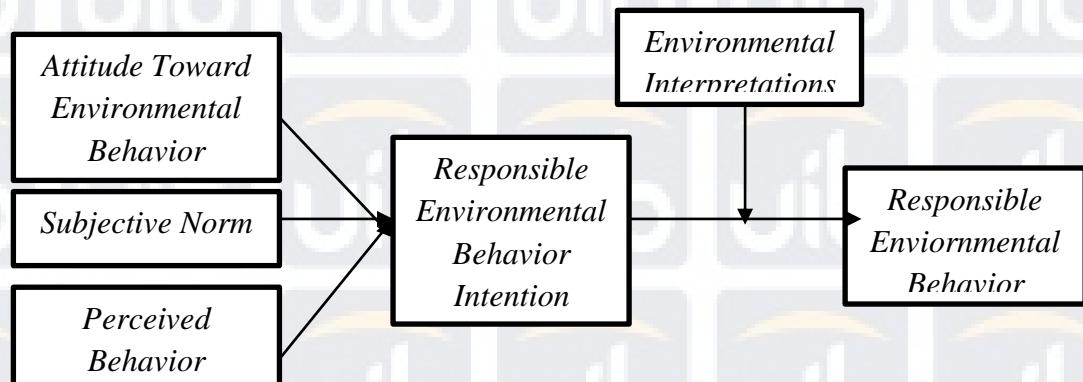
Huamin, L. (2016). Meneliti faktor hubungan *subjective norm, behavior control perception, attitude, activity, destination image* terhadap *tourism intention* dengan menganalisis hubungan sikap dan niat perilaku wisatawan dalam memilih niat wisata rekreasi. Objek penelitian yang dilakukan peneliti dengan membagi menjadi 2 karakteristik yaitu wisatawan dengan menggunakan jasa tour & travel, atau perjalanan yang dilakukan sendiri. Peneliti menyebarluaskan kuesioner kepada 303 orang laki – laki dan 215 orang perempuan, dengan mengambil tempat wisata sebuah taman hiburan di china.



Gambar 2.11 A Study Factor of Leisure Tourism Intention : Based on Theory of Planned Behavior, sumber : Huamin, L. (2016).

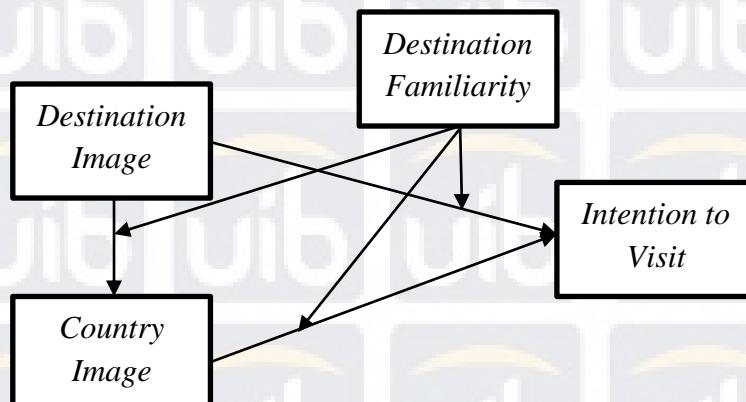
Penelitian dilakukan oleh C. Wang, J. Zhang, P.Yu., et al., (2018).

Penelitian menggunakan *Theory Planned Behavior* sebagai menganalisis sikap wisatawan dalam memilih tujuan wisatawan dengan memberikan tambahan *environmental* sebagai bentuk implementasi wisatawan dalam membangun atau memoderasi hubungan lingkungan, sikap dan niat wisatawan. Penelitian mengambil tempat di gunung Huangshan, China. Dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 534 orang wisatawan, rata – rata mengisi kuesioner lebih banyak laki – laki dibandingkan perempuan.



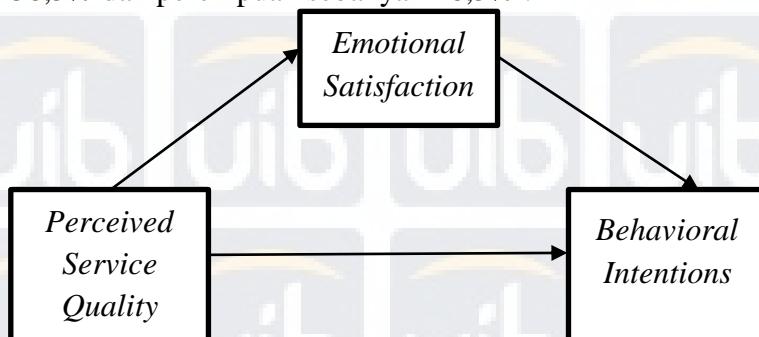
Gambar 2.12 A Theory of Planned Behavior as a Model for Understanding Tourist Responsible Environmental Behavior : The Moderating Role of Environmental Interpretations, sumber : C.Wang, J. Zhang, P. Yu., et al., (2018).

Suja Chaulagain, Jessica Witala, Xiaoxiao Fu., (2018). Meneliti hubungan bagaimana kedua variable antar *destination image*, *country image* mempengaruhi *intention to visit* wisatawan dalam memilih tujuan destinasi. Tentu peneliti mengambil beberapa objek dalam pengambil *country image* dengan mengambil budaya, selebriti atau politik. peneliti menyebarluaskan kuesioner kepada warga negara amerika yang dimana rata – rata usia responden 26-35 tahun dengan jumlah responden 208 orang laki – laki, 145 orang perempuan.



Gambar 2.13 The Impact of Country Image and Destination Image on US Tourists Travel Intention, sumber : Suja Chaulagain, Jessica Witala, Xiaoxiao Fu., (2018).

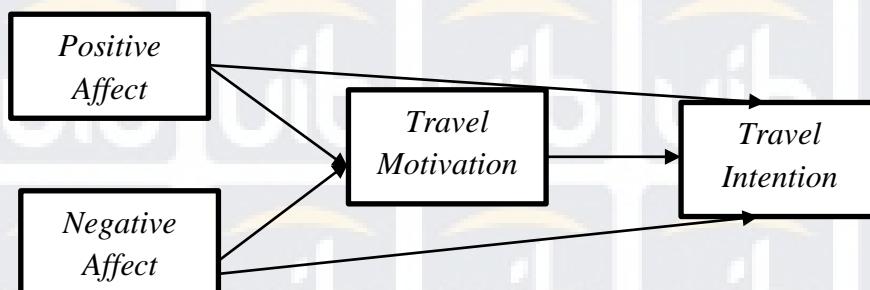
Penelitian dilakukan oleh Ladhari, R. (2009). Dengan variable diuji yaitu *service quality*, *emotional satisfaction*, terhadap *behavioral intention* dengan mengambil objek wisatawan di industri hotel. Tujuan penelitian untuk menganalisis hubungan antara variable yang memberikan atau niat wisatawan dalam memilih tempat. Peneliti menyebarkan kuesioner di sebuah universitas kanada tempat pusat olahraga dan rekreasi dengan total responden laki – laki sebanyak 58,5% dan perempuan sebanyak 18,5% .



Gambar 2.14 *Service Quality, Emotional Satisfaction, and Behavioral Intention :*

A Study in the Hotel Industry, sumber : Ladhari, R. (2009).

Penelitian dilakukan oleh Jang, S. (Shawn), Bai, B., Hu, C., & Wu, C, M.E. (2009). menyelidiki tentang motivasi terhadap pengaruh lansia serta hubungan antara variable *motivation* dan *travel intention*. Tentu *travel intention* mengambil usia 65 tahun atau lebih, penelitian mengambil sampel warga negara Taiwan, rata – rata responden mengisi kuesioner berusia 72 tahun dimana responden perempuan sebanyak 67,4% dan laki – laki 32,6%.



Gambar 2.15 *Affect, Travel Motivation, and Travel Intention : A Senior Market,*

sumber : Jang, S. (Shawn), Bai, B., Hu, C., & Wu, C, M.E. (2009).

2.2 Definisi Variable per Dependent

Variable dependent merupakan variable yang terkait dengan variable independent atau dapat disebut sebagai variable yang mempengaruhi terjadinya akibat. Dalam penelitian peneliti terdapat variable dependen yaitu intention to select sustainable tourist destination ialah niat wisatawan dalam memilih tujuan tempat berwisata. Dari segi pemerintah maupun masyarakat lokal membidik pengembangan pariwisata dengan cara melestarikan lingkungan, budaya masyarakat agar tidak pudar oleh industri pariwisata yang ada, dan pemerintah memperhatikan keinginan wisatawan dalam memilih tujuan destinasi yang disukai. (Kemenpar, 2018).

2.2.1 Definisi *Intention to Select Sustainable Tourist Destination*

Berdasarkan konsep *intention to select sustainable tourist destination* merupakan pariwisata yang memperhitungkan secara penuh dampak perekonomian, budaya dan lingkungan sekarang maupun akan datang dimana secara penuh memenuhi kebutuhan pengunjung dengan komunitas tuan rumah. Pemerintah maupun masyarakat lokal memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini dengan melakukan pendekatan pertama yaitu mengidentifikasi pemangku kepentingan disemua tingkat kemudian memberikan pengembangan dan perencanaan didalam pariwisata tentu tujuan *sustainable* mengurangi dampak negatif dari pariwisata pada budaya, lingkungan. (Mohaidin,Z., et al., 2017). *Sustainable* telah diindentifikasi oleh banyak negara dan UNWTO, PBB telah menekankan *sustainable* sangat penting sebagai sarana untuk mencapai tujuan pembangunan dan melindungi lingungan, sosial dan budaya untuk semua pemangku kepentingan di semua tingkat. (Fang, W.T., et al., 2018).

2.3 Hubungan Antar Variable

2.3.1 Hubungan *Environmental Attitude* terhadap *Intention to Select Sustainable Tourism Destination*

Mohaidin, Z., et al., (2017) menyatakan bahwa *attitude* merupakan tingkat kesukaan seseorang atau ketidaksesuaian, berdasarkan penilaian yang dilakukan bahwa selama melakukan perjalanan wisatawan yang menggambarkan

sikap positif memiliki keinginan yang kuat untuk kembali melakukan wisata perjalanan dengan menikmati lebih tujuan tempat wisata. *Attitude* tidak hanya fokus terhadap kesenangan yang terletak didalam destinasi wisata tetapi juga menekankan evolusi perilaku dan pola berpikir untuk melindungi sumber daya destinasi wisata, tujuannya agar dapat menjaga lingkungan, budaya, ekonomi lokal dan mencapai manfaat untuk semua pemangku kepentingan di semua tingkat. (Fang, W.T., et al., 2018).

Attitude merupakan kebiasaan yang dibentuk melalui proses emosional dengan mempengaruhi perilaku seseorang, *environmental attitude* sering digambarkan dengan menunjuk beberapa aspek spesifik lingkungan dengan mendapat perhatian orang sekitarnya, penelitian terdahulu Intan, S., Wong, N., Samdin, Z., Teng, P. K., & Jit, B. L. (2019). menyatakan bahwa *environmental attitude* terhadap *sustainable tourism* memberikan tanggung jawab yang beragam sesuai dengan faktor penyebab pariwisata. Dan berdasarkan variable *theory planned behavior*, *attitude* tidak mempengaruhi secara langsung tetapi variable TPB mempengaruhi niat wisatawan dalam mengambil tindakan, jika semakin tinggi niat wisatawan dalam mengambil tindakan maka semakin tinggi peluang untuk menjalankan *sustainable tourism* (Intan, S., Wong, N., Samdin, Z., Teng, P. K., & Jit, B. L. (2019)).

2.3.2 Hubungan *Motivation* terhadap *Intention to Select Sustainable Tourism Destination*

Penelitian Hsu, C.H.C., & Huang, S. (2010). Berpendapat *motivation* memberikan pengaruh niat dalam memilih tujuan wisata, *motivation* menunjukkan seberapa keras wisatawan mau mencoba atau upaya yang akan mereka lakukan dalam niat memilih tujuan wisata. Peneliti juga memberikan tambahan beberapa variable TPB agar dapat menganalisis lebih dalam faktor mendorong wisatawan. Peneliti lainnya memberikan 2 teori *motivation* yaitu teori *push* dan teori *pull*. *Push motivation* merupakan dorongan yang dihasilkan dari keinginan pribadi wisatawan untuk melarikan diri, sehingga mendorong motivasi wisatawan untuk berpergian (contoh : keinginan rekreasi, istirahat) sedangkan *pull motivation* melakukan perjalanan karena adanya daya tarik tujuan dan karakteristik nyata

(contoh : pantai, tempat wisata sejarah, budaya), sebagian responden memberikan tanggapan bahwa alasan wisatawan termotivasi ingin mengunjungi tempat wisata karena ingin berlibur, *relax*. Tetapi penelitian menjelaskan bahwa *pull motivation* merupakan faktor paling efektif karena adanya presepsi dan harapan wisatawan (Che,X., Yang, W., 2011; Mohd Isa, S., & Ramli, L. 2014).

2.3.3 Hubungan *Destination Image* terhadap *Intention to Select Sustainable Tourism Destination*

Destination image merupakan salah satu faktor paling penting dalam mempengaruhi niat wisatawan dalam memilih tujuan wisatawan, meskipun seseorang belum pernah ke tempat destinasi tersebut wisatawan memiliki gambar didalam pemikiran mereka berdasarkan informasi yang diperoleh. Berdasarkan peneliti yang diteliti bahwa terdapat pembentukan *destination image* melalui beberapa tahap yaitu dari informasi berhubungan dengan buku, pelajaran sekolah, majalah, televisi, berita, film dan lainnya. Sehingga terdapat kesan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisatawan tersebut. (Phillipis, W.J., Wolfe, K., Hodur, N., & Leistritz, F.L. 2011 ; Mohd Isa, S., & Ramli, L. 2014).

Destination image memberikan cerminan dalam pemikiran wisatawan belum pernah mengunjungi tempat wisata, dan *destination image* dianggap sebagai elemen paling penting dalam proses pengambilan keputusan tujuan destinasi wisata. Beberapa penelitian menyatakan bahwa *destination image* memberikan pengaruh terhadap niat wisatawan dalam memilih tujuan wisata. (Suja Chaulagain, Jessica Wiitala, Xiaoxiao Fu., 2019 ; Mohaidin., Z., *et al.*, 2017).

2.3.4 Hubungan *Word of Mouth* terhadap *Intention to Select Sustainable Tourism Destination*

Tradisional *word of mouth* atau WOM merupakan komunikasi menggunakan tatap muka, dan wisatawan menggunakan ikatan yang kuat berdasarkan informasi dari keluarga dan teman dalam memberikan keputusan wisatawan dalam berkunjung ke destinasi wisata (Mehmood, S., Liang, C., & Gu, D. 2018). Penelitian Mohaidin,Z., *et al.*, (2017) menyatakan bahwa sumber

informasi sangat penting bagi wisatawan ingin berkunjung ke suatu tempat destinasi, dan biasanya wisatawan cenderung dipengaruhi oleh rekomendasi orang sekitar.

Penelitian lainnya menyatakan WOM didefinisikan sebagai mengutarakan pendapat kepada orang lain sebagai saran atau informasi agar orang lain menggunakan atau mengambil sebuah keputusan, akhirnya mempengaruhi berbagai kondisi seperti persepsi, sikap, niat perilaku karena adanya nilai positif WOM diberikan. Beberapa orang memperoleh sebuah informasi berasal dari teman, keluarga, orang yang pernah mengunjungi tempat tersebut, oleh karena itu WOM merupakan sumber informasi penting sebelum mengunjungi kunjungan yang berdampak pada kunjungan wisatawan. (Mohd Isa, S., & Ramli, L. 2014) dan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan hasil sebanding terhadap WOM dalam mempengaruhi niat tujuan destinasi wisatawan.

2.3.5 Hubungan *Perceived Service Quality* terhadap *Intention to Select Sustainable Tourism Destination*

Peneliti terdahulu meneliti *perceived service quality* berdasarkan penilaian individual melalui aksesibilitas tujuan, fasilitas, layanan, serta pengaruh *service quality* mempengaruhi niat dalam memilih tujuan destinasi dalam pengukuran *perceived service quality* dapat diukur melalui keramahan, sopan, efisiensi, kompetensi staff dan hasil pelayanan baik akomodasi, makanan dan menanggapi permasalahan dengan cepat. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa *perceived service quality* memberikan pengaruh signifikan terhadap *behavior intention*. (Zakbar,V., Brencic, M.M., & Dmitrovic, T. 2010 ; Rajaratnam, S. D., Nair, V., Pahlevan Sharif, S., *et al.*, 2015). Penelitian Rajaratnam, S. D., Nair, V., Pahlevan Sharif, S., *et al.*, (2015). Menyatakan bahwa dalam mengukur *behavioral intention* seseorang ada terdapat 2 ukuran perilaku yaitu tentang kepuasan wisatawan sehingga membentuk perilaku dalam mengambil keputusan dimasa depan dan pengaruh *perceived service quality* dalam niat wisatawan dalam memilih.

2.3.6 Hubungan *Knowledge* terhadap *Environmental Attitude* ke *Intention to Select Sustainable Tourism Destination*

Knowledge ialah sejumlah informasi yang disimpan didalam memori, penelitian terdahulu Mohaidin,Z., et al., (2017) menyatakan bahwa terdapat 2 kategori *knowledge* yaitu *objective* dan *subjective knowledge*, disisi lain *knowledge* terdapat *environmental knowledge* dimana pengetahuan kita tentang lingkungan, budaya tujuan tempat yang akan kita kunjungi, sehingga memudahkan turis yang berkunjung dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitar.

Secara global, hubungan pariwisata dengan *environmental knowledge* dan *environmental attitude* berdasarkan peningkatan wisatawan yang mencemari lingkungan sehingga pemerintah mendorong masyarakat untuk menyadari perlu menjaga dan melindungi lingkungan agar tidak terancam punah. Penelitian menyatakan wisatawan memiliki wawasan lingkungan (*environmental knowledge*) yang luas maka wisatawan berperilaku ramah lingkungan, sehingga diperlukan adanya *environmental knowledge* untuk mempengaruhi *attitude* seseorang. (Intan, S., Wong, N., Samdin, Z., Teng, P. K., & Jit, B. L. (2019)).

2.4 Model Penelitian dan Perumusan Hipotesa

Penelitian berjudul “*Factor Influencing the Tourist’s Intention to Select Sustainable Tourism Destination : a Case Study of Penang, Malaysia*” dan penelitian berfokus pada kota Batam sebagai tujuan destinasi turis. Berikut uraian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini :

H1 : Terdapat pengaruh positif antara *environmental attitude* terhadap *intention to select sustainable tourism destination*.

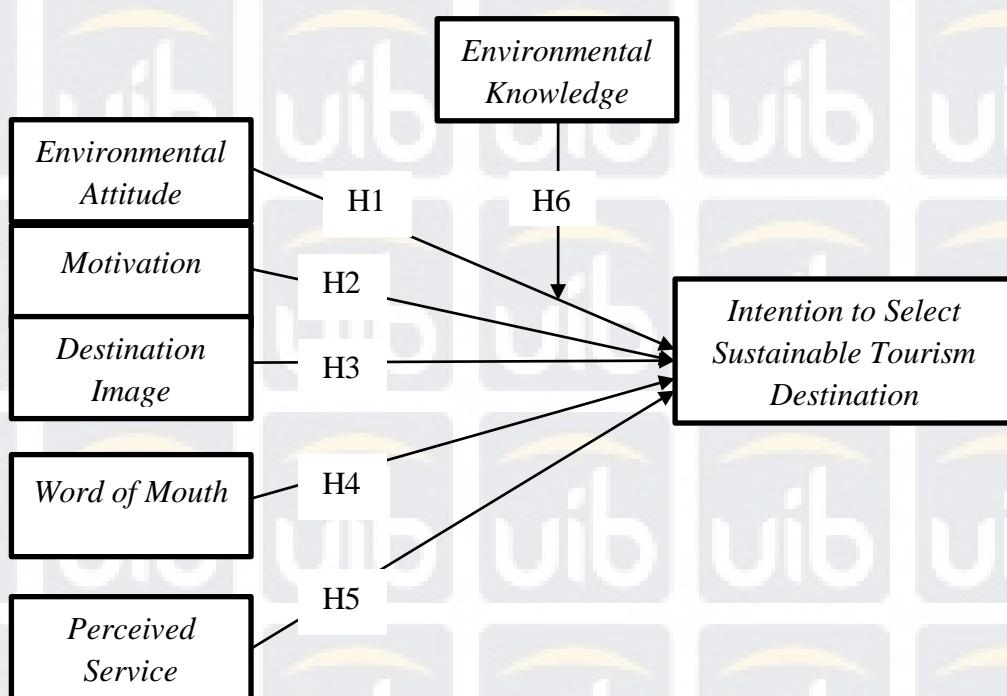
H2 : Terdapat pengaruh positif antara *motivation* terhadap *intention to select sustainable tourism destination*.

H3 : Terdapat pengaruh positif antara *destination image* terhadap *intention to select sustainable tourism destination*.

H4 : Terdapat pengaruh positif antara *word of mouth* terhadap *intention to select sustainable tourism destination*.

H5 : Terdapat pengaruh positif antara *perceived service quality* terhadap *intention to select sustainable tourism destination*.

H6 : Terdapat pengaruh *environmental attitude* terhadap *intention to select sustainable tourism destination*, dengan knowledge sebagai variable *moderating*



Sumber : Mohaidin,Z., Wei,K.T., & Ali Murshid, M. (2017)