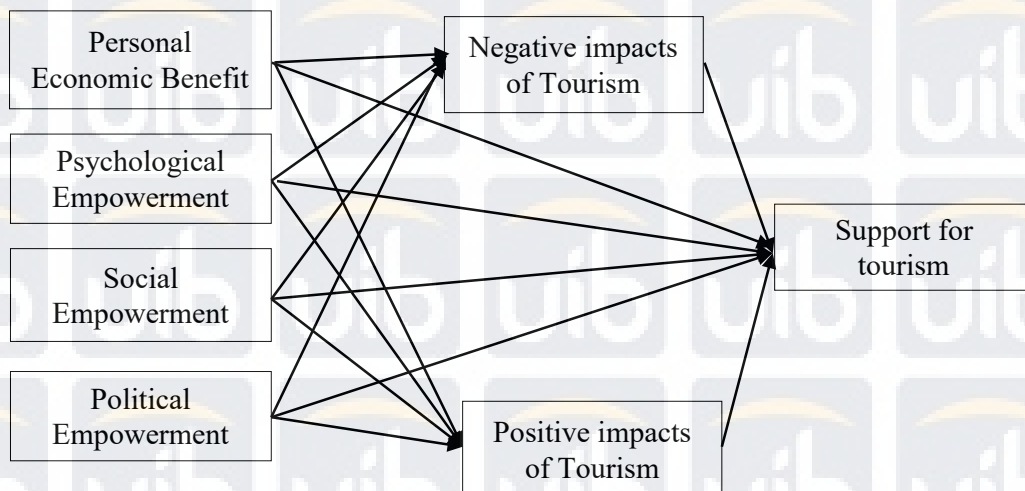


BAB II KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

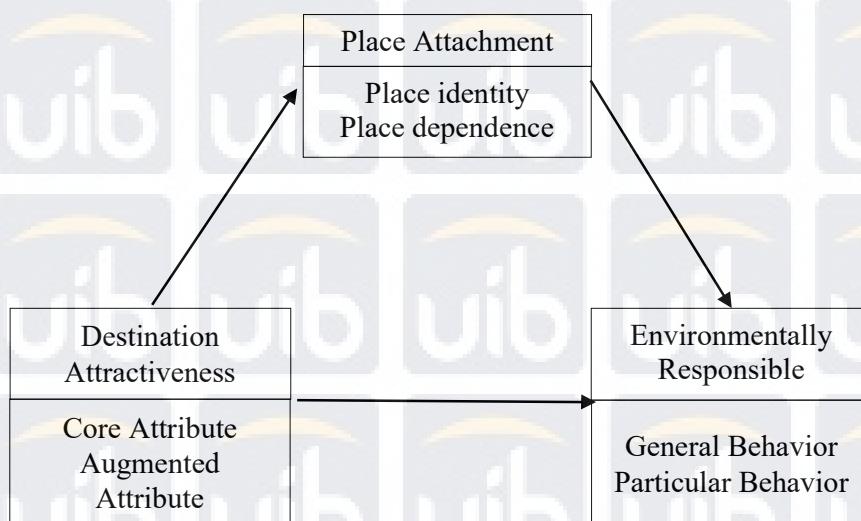
2.1 Model-Model Penelitian Terdahulu

(Boley, McGehee, Perdue, & Long, 2014) melakukan penelitian mengenai memberdayakan serta sikap-sikap masyarakat sekitar terhadap pariwisata yang dilakukan di Floyd, Botetourt, dan Franklin County, Virginia. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui sikap yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mendukung perkembangan pariwisata. Variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini meliputi manfaat ekonomi pribadi (*personal economic benefit*), pemberdayaan psikologis (*psychological empowerment*), pemberdayaan sosial (*social empowerment*) serta pemberdayaan politik (*political empowerment*) yang mempengaruhi dampak negatif dan positif dari pariwisata sehingga menjadi landasan warga dalam mendukung pariwisata.



Gambar 2.1 Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens, Sumber: Boley et al., (2014).

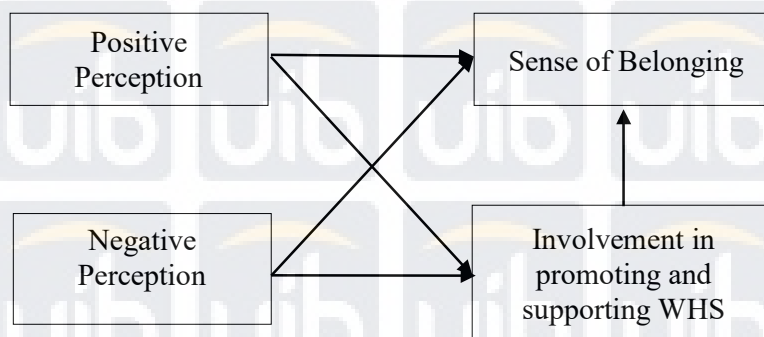
Penelitian oleh (Cheng, C. Wu, & Huang, 2013) mengenai pengaruh antara ikatan emosional antara orang dan tempat atau *Place Attachment* terhadap hubungan antara daya tarik destinasi dan perilaku tanggung jawab lingkungan untuk pariwisata dipulau Penghu, Taiwan. Hal-hal yang dikaji dalam penelitian yaitu daya tarik tempat wisata (*destination attractiveness*) yang mempengaruhi identitas tempat (*place attachment*) dan sikap tanggung jawab terhadap lingkungan (*Environmentally Responsible*).



Gambar 2.2 *The influence of place attachment on the relationship between destination attractiveness and environmentally responsible behavior for island tourism in Penghu, Taiwan, Sumber: Cheng et al., (2013)*

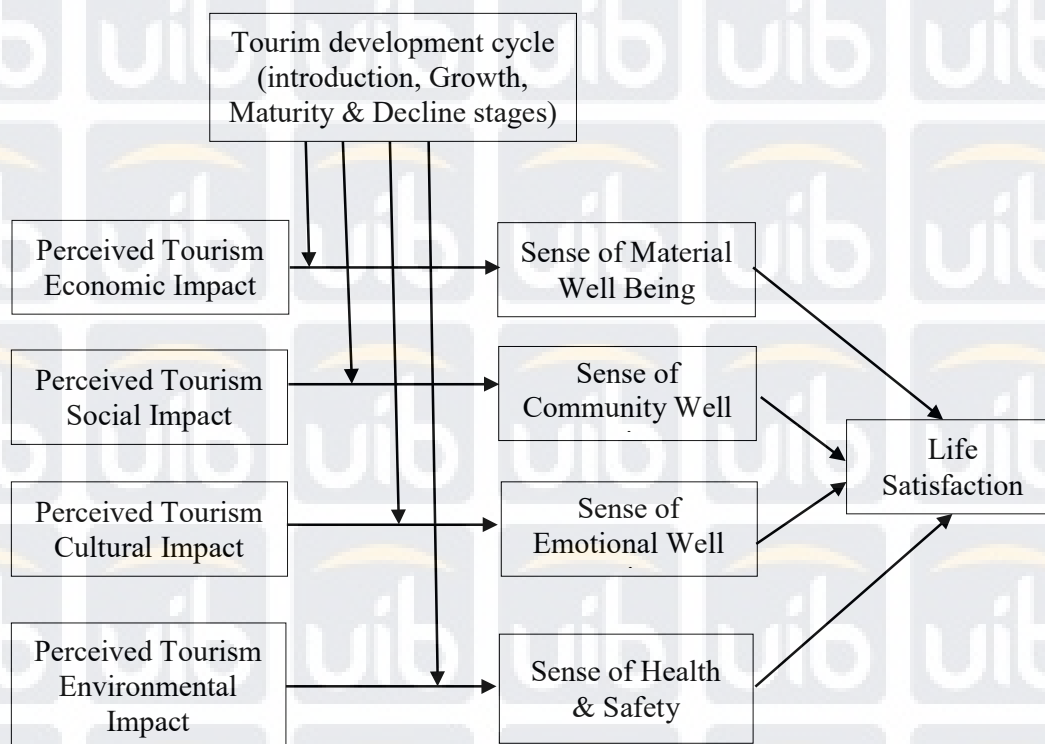
Penelitian oleh (Jaafar, Noor, & Rasoolimanesh, 2015) bertujuan untuk mencari tahu persepsi penduduk lokal muda terhadap program konservasi dan pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan menggunakan studi kasus situs Warisan Budaya Dunia Lenggong di Northern Perak, Malaysia. Penelitian dilakukan dengan menggunakan keterlibatan penduduk muda dalam

mempromosikan dan mendukung Lenggong dalam program konservasi Lenggong kedalam *World Heritage Site* (WHS) serta menghubungkan ke rasa memiliki terhadap budaya mereka (*Sense of Belonging*) dan hal positif dan negatif yang mempengaruhi dukungan penduduk lokal muda.



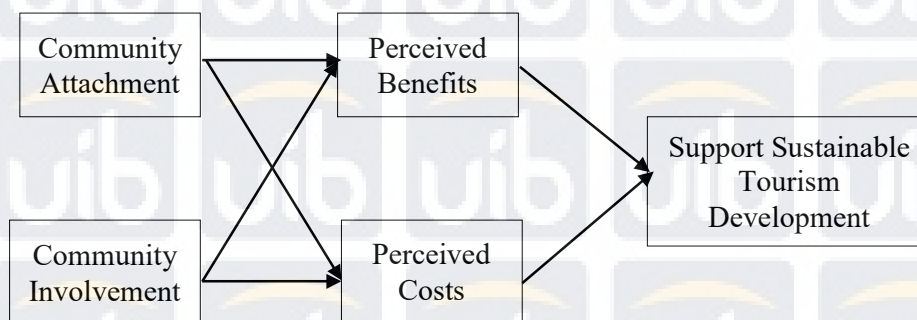
Gambar 2.3 Perception of young local residents toward sustainable conservation programmes: A case study of the Lenggong World Cultural Heritage Site, Sumber : Jaafar et al., (2015)

Penelitian dibuat oleh (Kim, Uysal, & Sirgy, 2013) meneliti bagaimana pariwisata dalam komunitas berdampak pada kualitas hidup warga masyarakat. Dengan variabel yang mempengaruhi seperti dampak ekonomi pariwisata yang dirasakan (*perceived tourism economic impact*) mempengaruhi rasa kesejahteraan material, dampak sosial pariwisata yang dirasakan (*perceived tourism social impact*) mempengaruhi rasa kebersamaan, dampak budaya pariwisata yang dirasakan (*perceived tourism cultural impact*) mempengaruhi rasa emosional yang baik, serta dampak lingkungan pariwisata yang dirasakan (*perceived tourism enviromental impact*) mempengaruhi rasa kesehatan dan keselamatan yang akhirnya menghasilkan kepuasan hidup.



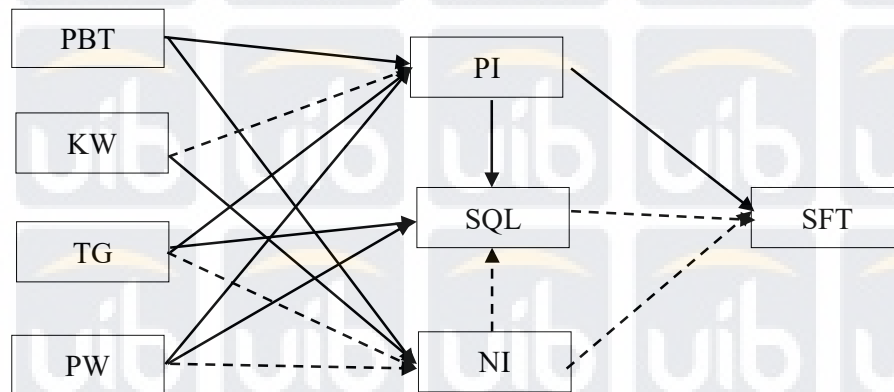
Gambar 2.4 How does tourism in a community impact the quality of life of community residents, Sumber : Kim et al., (2013).

Penelitian oleh (T. H. Lee, 2013) bertujuan untuk menganalisa pengaruh dukungan penduduk masyarakat terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan yang dilakukan di Taiwan. Dengan menggunakan variabel independen yaitu keterikatan komunitas (*community attachment*), keterlibatan masyarakat (*community involvement*) yang mempengaruhi terhadap keuntungan yang dirasakan dan biaya yang dirasakan sehingga menghasilkan dukungan terhadap pengembangan pariwisata.



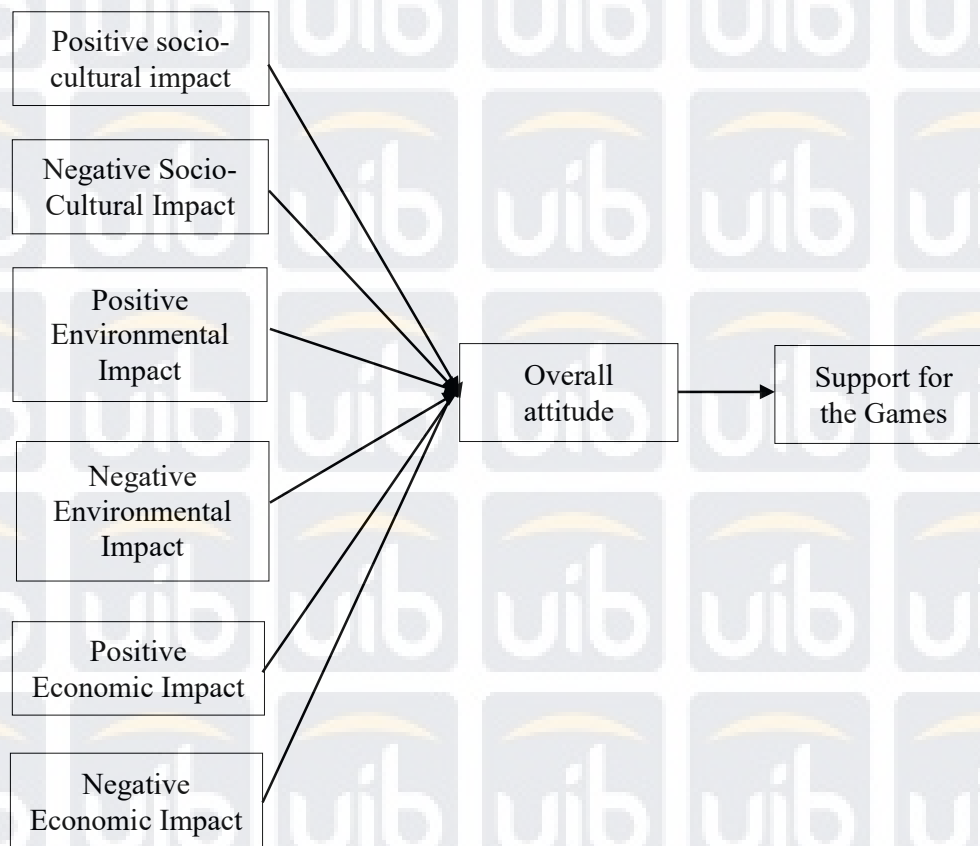
Gambar 2.5 Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development, Sumber : T. H. Lee, (2013)

(Nunkoo & So, 2016) meneliti tentang Pengujian Model Struktural terhadap Alternatif Dukungan Penduduk untuk Pariwisata. Dengan menggunakan konstruksi kunci dari *Social Exchange Theory* (SET), penelitian ini berusaha mengembangkan model dasar dukungan warga dan membandingkannya dengan empat model yang bersaing. Dengan menggunakan variabel yaitu *personal benefit from tourism*(PBT), *knowledge of tourism*(KW), *trust in government* (TG), *power in tourism*(PW) yang menghubungkan ke *Positive Impact*(PI), *Satisfaction with Quality of Life* (SQL), *Negative Impact*(NI) dan menghasilkan *Support For Tourism*(SFT).



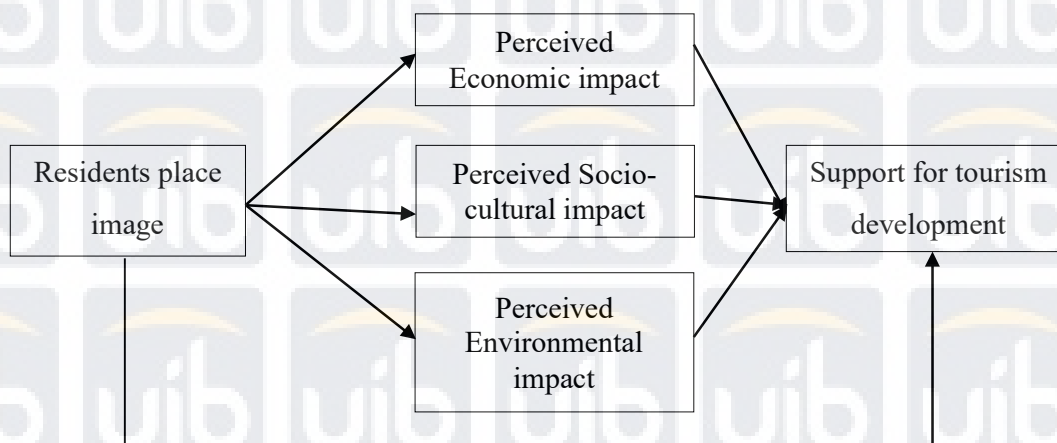
Gambar 2.6 Residents' Support for Tourism: Testing Alternative Structural Model, Sumber : Nunkoo & So, (2016)

Penelitian oleh (Prayag, Hosany, Nunkoo, & Alders, 2013) yaitu mengenai efek mediasi sikap keseluruhan dukungan warga London untuk Olimpiade 2012. Variabel independen dalam penelitian yaitu dampak sosial budaya positif (*positive sociocultural impact*), dampak sosial budaya negatif (*negative sociocultural impact*), dampak lingkungan positif (*positive environmental impact*), dampak lingkungan negatif (*negative environmental impact*), dampak ekonomi positif (*positive economic impact*) dan dampak ekonomi negatif (*negative economic impact*) serta mediasi yaitu *overall attitude* yang menjadi landasan dalam dukungan terhadap game Olimpiade 2012.



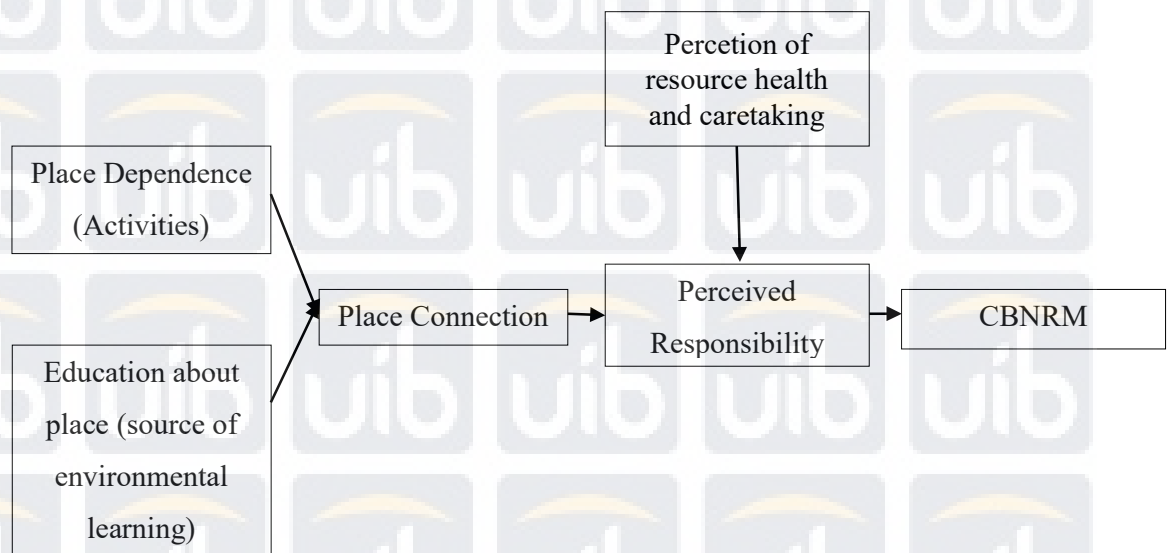
Gambar 2.7 London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude, Sumber : Prayag et al., (2013)

Penelitian oleh (Stylidis, Biran, Sit, & Szivas, 2014) mengenai dukungan warga terhadap pengembangan pariwisata melalui peran warga, *Place Image* dan dampak pariwisata yang dirasakan, lokasi dibuatnya penelitian ini yaitu di Kavala (Greece). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *resident place image* serta mediator nya yaitu *perceived economic impacts*, *perceived socio-cultural impacts*, *perceived environmental impacts* yang menjadi landasan dukungan warga terhadap pengembangan pariwisata.



Gambar 2.8 Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts, Sumber : Stylidis et al., (2014)

(Vaughan & Ardoin, 2014) meneliti tentang implikasi dari turis atau wisatawan serta persepsi penduduk terhadap komunitas manajemen sumber daya alam yang dilakukan di Haena, Kauai (Hawaii) serta tanggung jawab terhadap sumber daya alam. Variabel independen yang terdapat dalam penelitian meliputi ketergantungan tempat (*Place Dependence*) dan pendidikan tentang tempat (*Education about place (source of environmental learning)*) dan mediasi yaitu koneksi tempat (*place connection*) dan rasa tanggung jawab (*perceived responsibility*) yang menjadi dasar pendukung terhadap *community-based natural resource management (CBNRM)*.



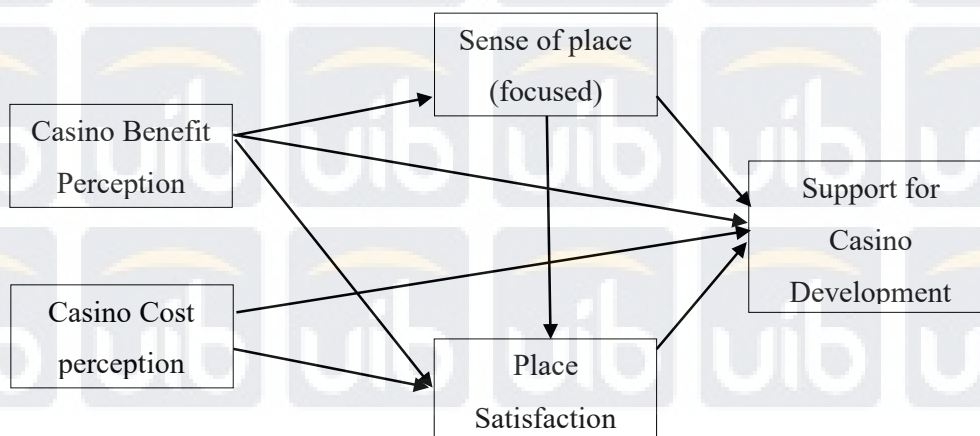
Gambar 2.9 The implications of differing tourist/ resident perceptions for

community based resource management: a Hawaiian coastal resource area study,

Sumber :Vaughan & Ardoin, (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh (Vong, Lai, & Li, 2016) yaitu mengenai

Sense of place sebagai mediator efektif antara persepsi dampak kasino dan dukungan warga terhadap pengembangan kasino. Variabel independen dalam penelitian tersebut ialah *casino benefit perception* dan *casino cost perception* serta mediasinya yaitu *sense of place* dan *place satisfaction* yang menjadi landasan terhadap dukungan pengembangan Casino.

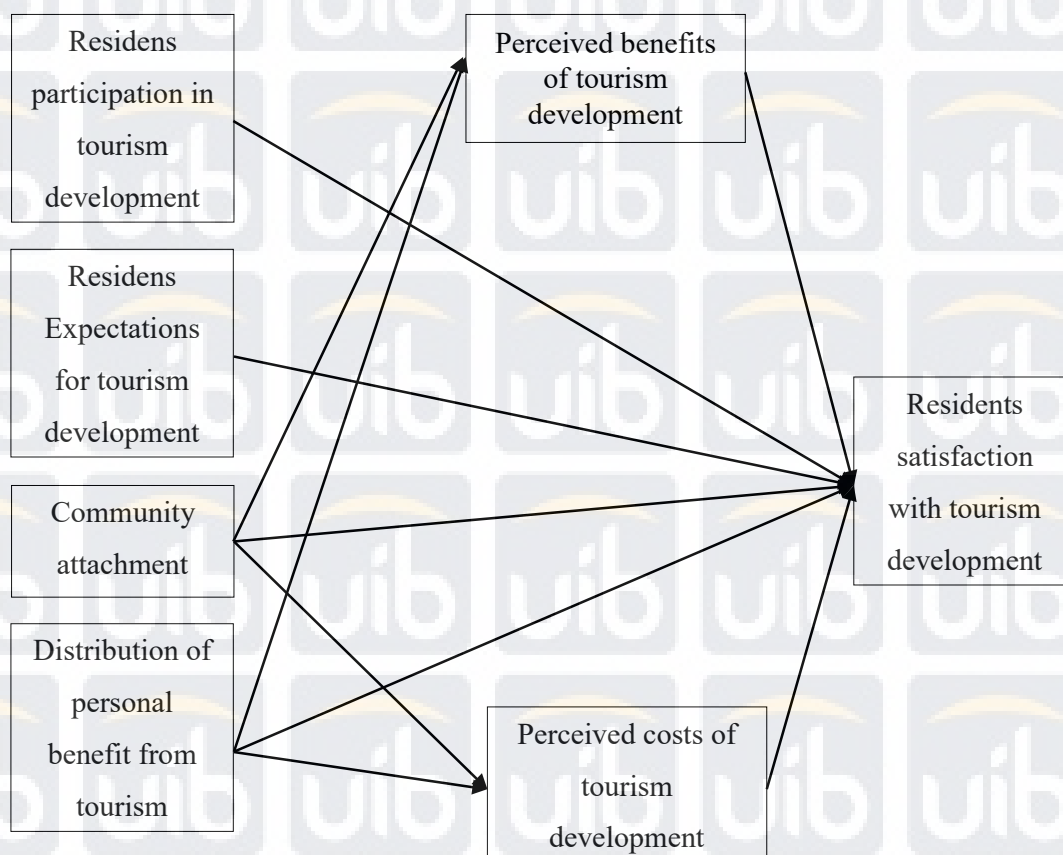


Universitas International Batam

Gambar 2.10 *Sense of Place: Affective Link Missing Between Casino Impact*

Perception and Support for Casino Development, Sumber : Vong et al., (2016)

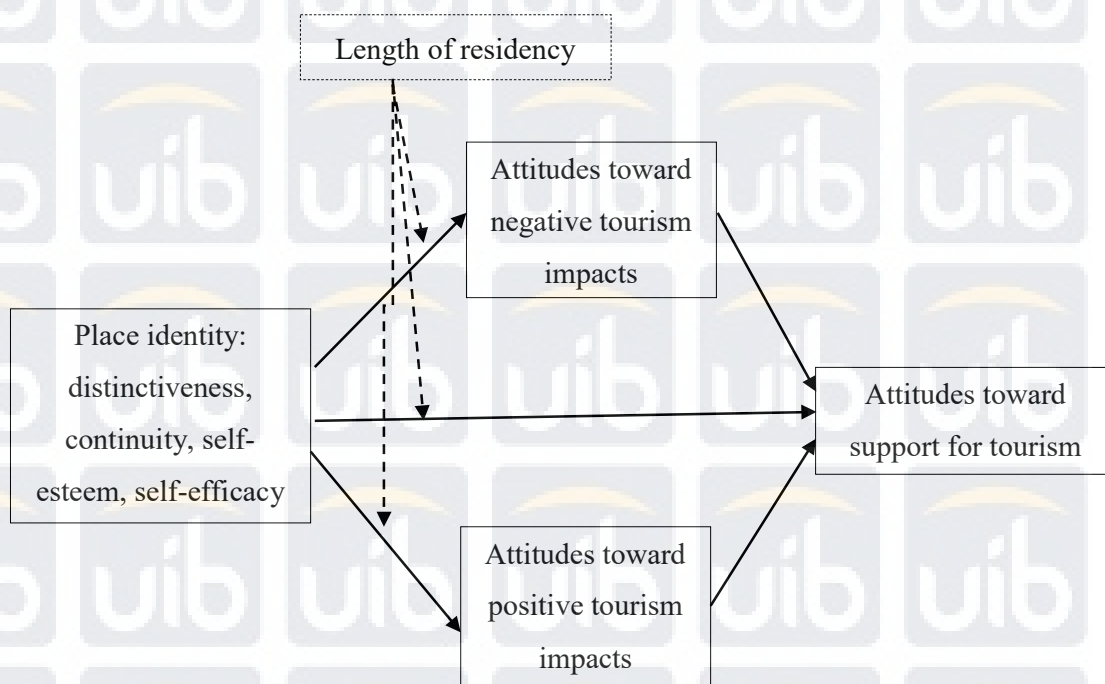
Penelitian oleh (X. Wang, Zhen, Zhang, & Wu, 2014) yaitu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan warga terhadap pengembangan pariwisata di daerah-daerah yang mengalami kemiskinan. Studi kasus dilakukan di lima desa-desa miskin di Cina. Variabelnya meliputi partisipasi penduduk dalam pengembangan pariwisata, harapan warga untuk pengembangan pariwisata, keterikatan masyarakat, distribusi manfaat pribadi dari pariwisata yang menjadi landasan dari kepuasan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata.



Gambar 2.11 *Exploring Factors Influencing Residents' Satisfaction with Tourism Development in Poverty-Stricken Areas: A Case Study of Five Poor Villages in China*, Sumber : X. Wang et al., (2014)

Penelitian oleh (S. Wang & Chen, 2015) mengenai pengaruh identitas

tempat terhadap persepsi dampak pariwisata. Dengan variabel independen penelitian yaitu *place identity : distinctiveness, continuity, self esteem, self efficacy* yang mempengaruhi variabel sikap kepada dampak negatif pariwisata dan sikap kepada dampak positif pariwisata serta menjadi landasan bagi sikap terhadap dukungan untuk pariwisata.

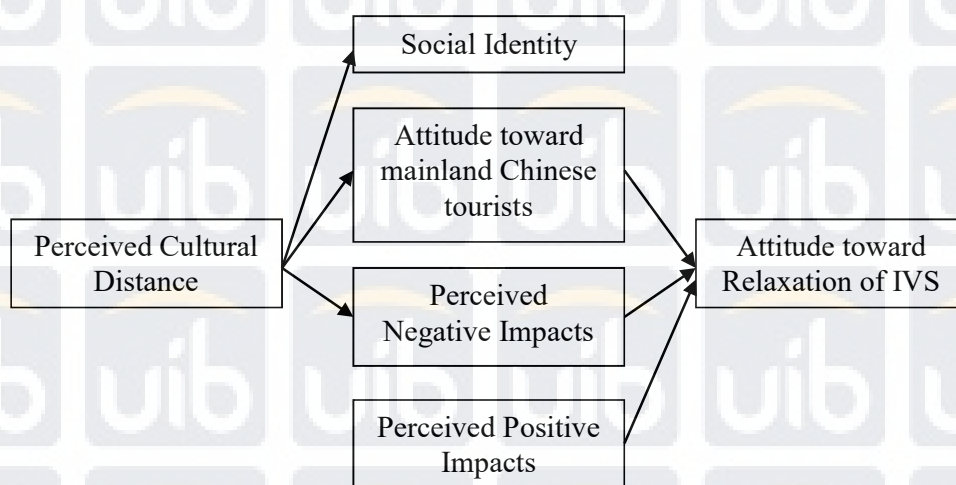


Gambar 2.12 *The influence of place identity on perceived tourism impacts.*

Sumber : S. Wang & Chen, (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh (Ye, Zhang, Huawen Shen, & Goh, 2014) yaitu mengenai apakah identitas sosial mempengaruhi sikap penduduk terhadap

pengembangan pariwisata. Penelitian dilakukan di Hongkong dengan jumlah total 24 responden. Variabel independen yang terdapat dalam penelitian meliputi persepsi jarak budaya dan dampak positif yang dirasakan dan variabel dependen yaitu identitas sosial, sikap terhadap wisatawan Tiongkok, dampak negatif yang dirasakan yang menghasilkan sikap terhadap relaksasi IVS (*Individual Visit Scheme*).

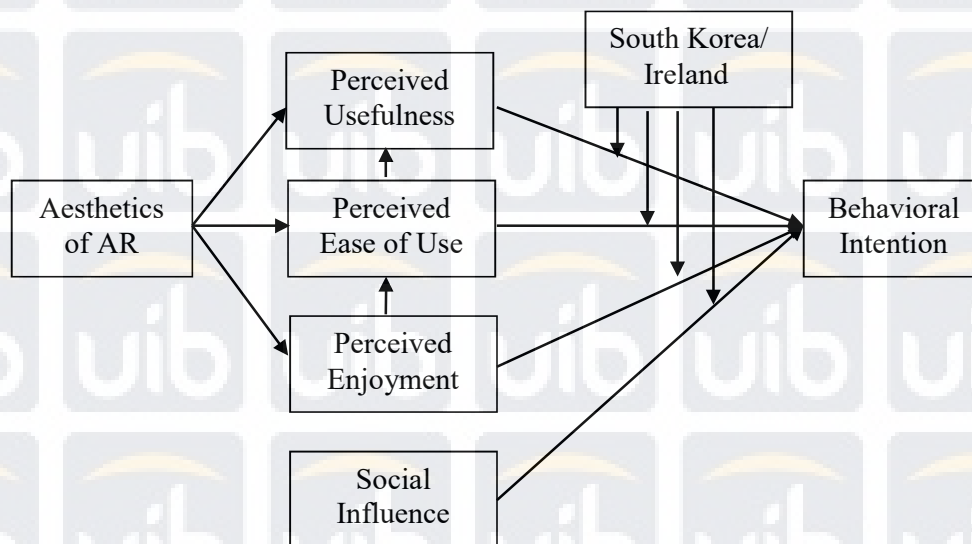


Gambar 2.13 Does social identity affect residents' attitude toward tourism development? An evidence from the relaxation of the individual visit scheme,

Sumber : Ye et al., (2014)

Sebuah penelitian mengenai perbedaan lintas budaya dalam mengadopsi *augmented reality mobile* di situs wisata warisan budaya dilakukan oleh (Jung, Lee, Chung, & tom Dieck, 2018) dengan mengumpulkan kuisioner sebanyak 264 dan data dikumpulkan di dua negara dengan kontras kuat dalam dimensi budaya *Hofstede* untuk menyelidiki perbedaan budaya dalam penerimaan AR. Hasil dari penelitian menghasilkan variabel independen yaitu estetika dari AR (*Augmented*

Reality) dan pengaruh sosial, serta variabel independen yaitu manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan dalam menggunakan dan menikmati yang dirasakan sehingga menghasilkan variabel niat perilaku.

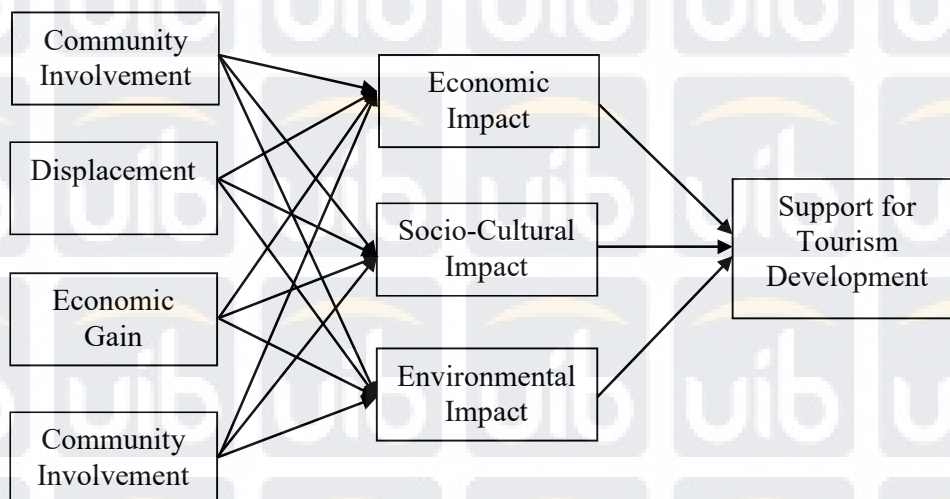


Gambar 2.14 Cross-Cultural Differences in Adopting Mobile Augmented Reality

at Cultural Heritage Tourism Sites, Sumber : Jung et al., (2018).

Penelitian yang dilakukan oleh (Latip, Rasoolimanesh, Jaafar, Marzuki, & Umar, 2018) memiliki tujuan yaitu menyelidiki persepsi masyarakat adat terhadap pengembangan pariwisata dan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mereka terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan dampak pariwisata. Sampel yang dikumpulkan berjumlah 272 dengan menggunakan kuisisioner yang disebar di wilayah Kinabatangan yang lebih rendah di Sabah, Malaysia. Hasil tersebut kemudian dianalisa dengan menggunakan *partial least squares* (PLS). Dengan variabel independen dalam penelitian yaitu keterikatan komunitas, pemindahan, keuntungan ekonomi dan keterlibatan komunitas yang mempengaruhi dampak

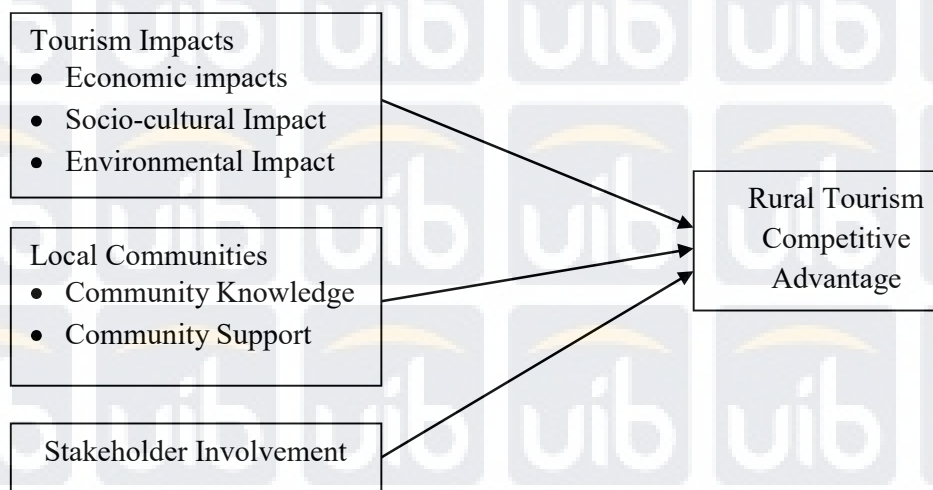
ekonomi, dampak sosiokultural dan dampak lingkungan sehingga menghasilkan dukungan terhadap pengembangan pariwisata.



Gambar 2.15 *Indigenous residents' perceptions towards tourism development: a case of Sabah, Malaysia*, Sumber :Latip et al., (2018).

Penelitian oleh (Chin, Thian, & Lo, 2017) memiliki tujuan yaitu mempelajari faktor-faktor yang berkontribusi pada pengembangan keunggulan kompetitif pariwisata pedesaan, dengan mengidentifikasi enam prediktor dari masyarakat lokal berdasarkan pengetahuan pengalaman mereka. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner terstruktur sebanyak 144 responden yang terdiri dari masyarakat lokal dari Kampung Semadang-Sarawak, Malaysia. Untuk menilai model yang dikembangkan, *SmartPLS 2.0* diterapkan berdasarkan pengukuran model penilaian diikuti oleh analisis bootstrap (penilaian model struktural). Variabel independen yang terdapat dalam penelitian meliputi dampak

pariwisata, komunitas lokal dan keterlibatan pemangku kepentingan yang mempengaruhi keuntungan wisata pedesaan.

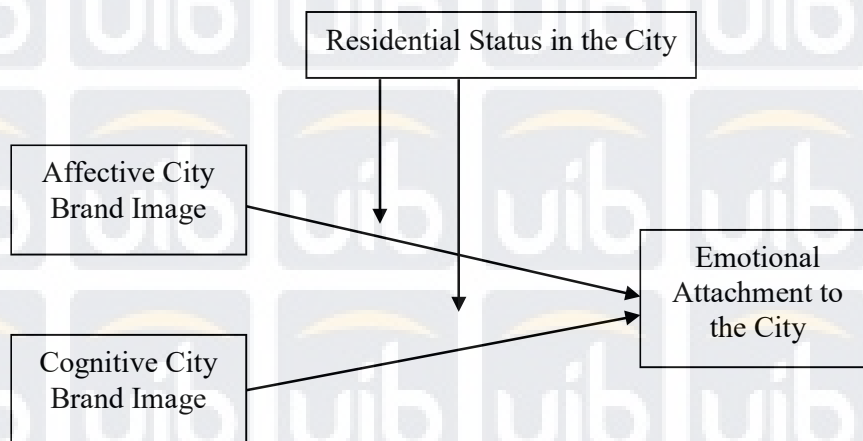


Gambar 2.16 *Community's experiential knowledge on the development of rural tourism competitive advantage: a study on Kampung Semadang – Borneo Heights, Sarawak, Sumber : Chin et al., (2017).*

Heights, Sarawak, Sumber : Chin et al., (2017).

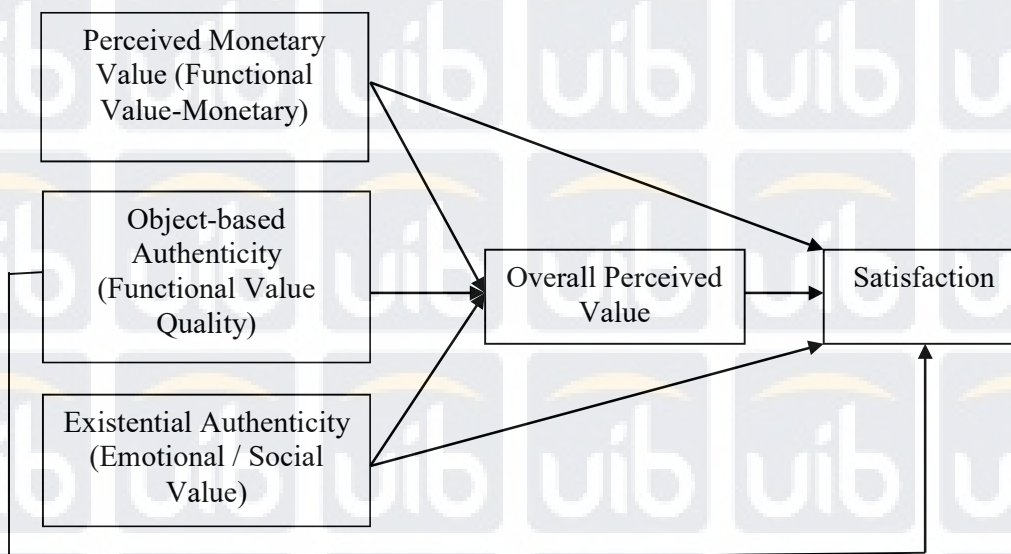
Penelitian selanjutnya dibuat oleh (Manyiwa, Priporas, & Wang, 2018) memiliki tujuan yaitu meneliti pengaruh citra merek kota yang dirasakan pada keterikatan emosional dengan kota. Studi ini juga membandingkan efek persepsi citra merek kota pada keterikatan emosional dengan kota dengan membagi dua kelompok yaitu penduduk dan pengunjung. Dengan mengumpulkan sebanyak 207 kuesioner yang dapat digunakan dikumpulkan dari 107 penduduk kota Bratislava, Slovakia dan 100 pengunjung ke kota. Analisa dilakukan dengan *Partial Least Square* (PLS). Variabel independen yang terdapat dalam penelitian meliputi afektif

citra merek kota dan citra merek kota kognitif yang mempengaruhi variabel dependen yaitu keterikatan emosional dengan kota.



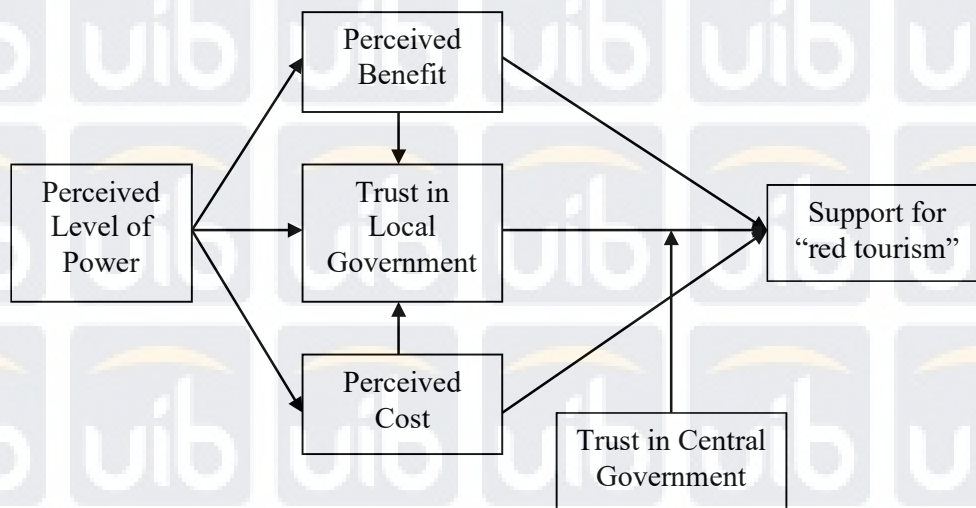
Gambar 2.17 *Influence of perceived city brand image on emotional attachment to the city*, Sumber : Manyiwa et al., (2018).

Selanjutnya penelitian oleh (Lee, 2018) memiliki tujuan menguji persepsi wisatawan muda tentang keaslian berbasis objek, keaslian eksistensial, dan persepsi nilai persepsi tentang kepuasan. Data dikumpulkan dari wisatawan cagar budaya muda di kawasan cagar budaya Little India di Singapura. Data kualitatif dikumpulkan melalui kuesioner di Little India di Singapura. Turis muda di bawah 30 tahun diidentifikasi untuk mengisi kuesioner. Sebanyak 288 tanggapan yang valid dikumpulkan untuk melakukan analisis statistik untuk menguji hubungan antara konstruk utama dalam model penelitian. Adapun variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini meliputi nilai moneter yang dirasakan, keaslian berbasis objek dan keaslian eksistensial serta variabel intervening yaitu nilai yang dirasakan secara keseluruhan dan dependen variabel yaitu kepuasan.



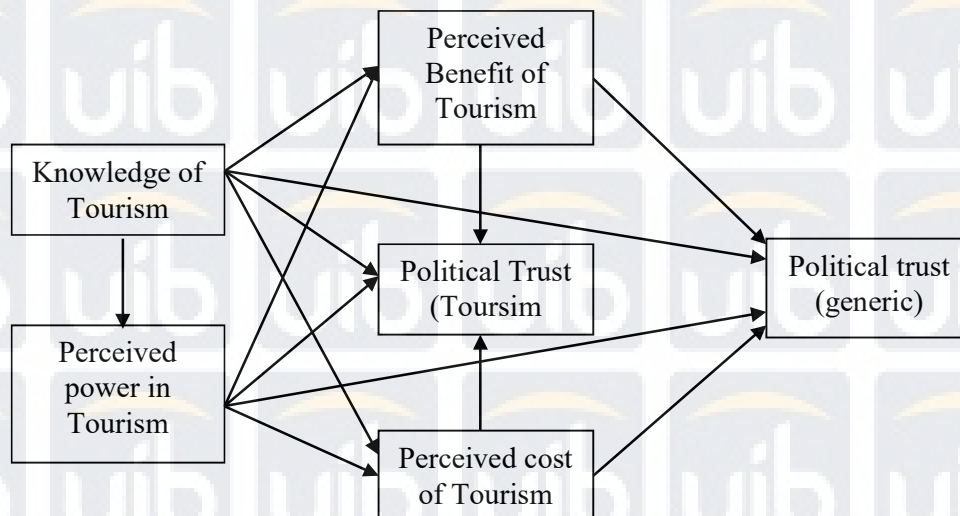
Gambar 2.18 *Young Tourists' Perceptions of Authenticity, Perceived Value and Satisfaction: The Case of Little India, Singapore*, Sumber : lee, (2018).

Penelitian oleh (Zuo, Gusoy, & Wall, 2017) memiliki tujuan yaitu menguji coba antara variabel dengan menggabungkan antar teori yang saling mempengaruhi, yaitu kepercayaan politik, kepercayaan institusional serta kepercayaan budaya yang dipakai dalam menguji dukungan dari penduduk terhadap "red tourism". Data diambil dari masyarakat yang tinggal di dekat daerah Jinggangshan Scenic Area di China. Yang diteliti meliputi pengaruh dari otoriter. Terutama yang berkaitan dengan kekuatan penduduk, kepercayaan masyarakat kepada otorita, dan dampaknya terhadap dukungan kepada "red tourism". Variabel yang ada dalam penelitian ini ialah tingkat kekuatan yang dirasakan dan moderating yaitu biaya yang dirasakan, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan kepada otorita daerah serta variabel dependen yaitu dukungan terhadap "red tourism".



Gambar 2.19 Resident's support for red tourism in China : The moderating effect of central government. Sumber : Zuo et al., (2017)

Penelitian oleh (Nunkoo, 2015) bertujuan untuk mengembangkan model yang membangun hubungan teoritis antara variabel pengembangan pariwisata dan dua jenis kepercayaan politik: kepercayaan politik dalam konteks khusus pariwisata dan tingkat umum kepercayaan politik. Hasil menunjukkan bahwa masyarakat harus merasa diberdayakan dalam pariwisata, harus memiliki pengetahuan tentang sektor ini, dan harus mendapatkan manfaat dari pembangunan bagi mereka untuk mempercayai pemerintah daerah. Variabel yang mempengaruhi dalam penelitian meliputi pengetahuan mengenai pariwisata yang mempengaruhi persepsi kekuatan dalam pariwisata, manfaat pariwisata yang dirasakan, kepercayaan politik (pariwisata), biaya pariwisata yang dirasakan yang menghasilkan kepercayaan politik (Generik).



Gambar 2.20 *Tourism Development and Trust in Local Government*. Sumber :

Nunkoo, (2015).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Adongo, Choe, & Han,

2017) bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana penduduk di Hoi An, Vietnam

(situs warisan dunia), memahami dampak dan manfaat yang diperoleh dari pariwisata dan hubungan antara keterikatan masyarakat dan dukungan untuk

pariwisata. Studi ini menggunakan survei terhadap penduduk lokal di Hoi

An. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk melihat dampak pariwisata secara positif mempengaruhi ekonomi dan sosial budaya tetapi tidak

lingkungan. Juga penduduk yang mempunyai ikatan kuat terhadap komunitasnya

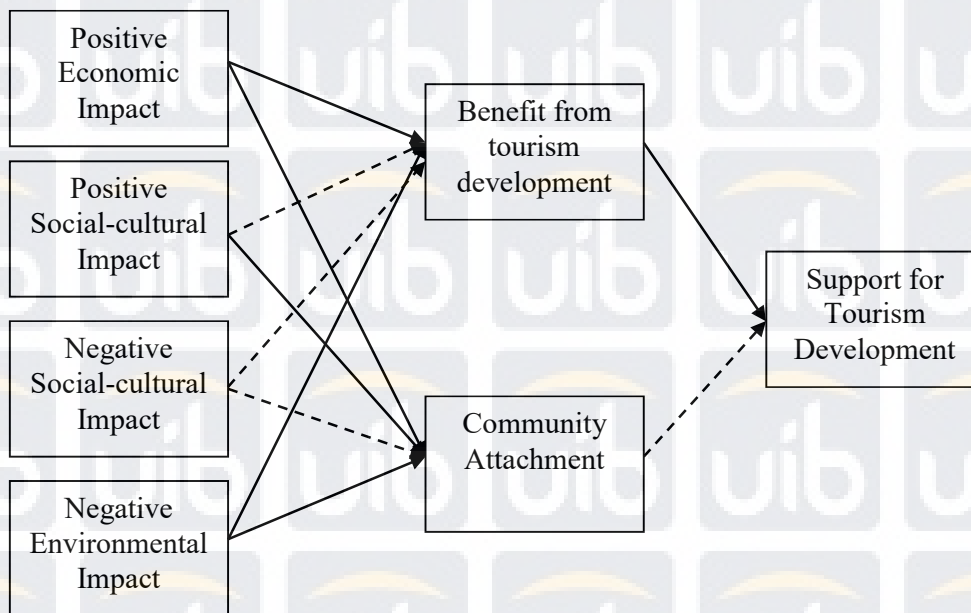
memiliki kecenderungan positif terhadap pariwisata dan perkembangannya. Variabel yang terdapat di penelitian ini meliputi dampak

ekonomi positif, dampak sosial budaya yang positif, dampak sosial budaya yang

negatif dan dampak lingkungan negatif. Dengan mediator yaitu keuntungan dari

pengembangan pariwisata dan keterikatan komunitas yang menghasilkan dukungan

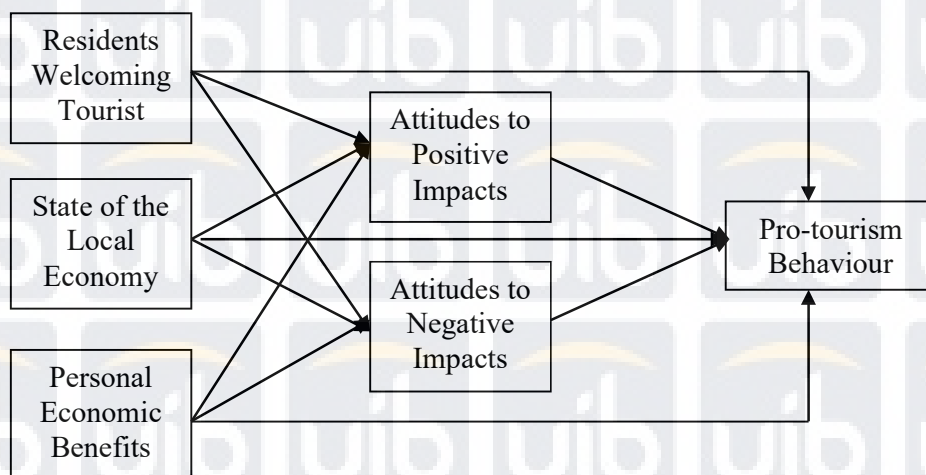
terhadap pengembangan pariwisata.



Gambar 2.21 *Tourism in Hoi An, Vietnam: impacts, perceived benefits, community attachment and support for tourism development.* Sumber : Adongo et

al., (2017).

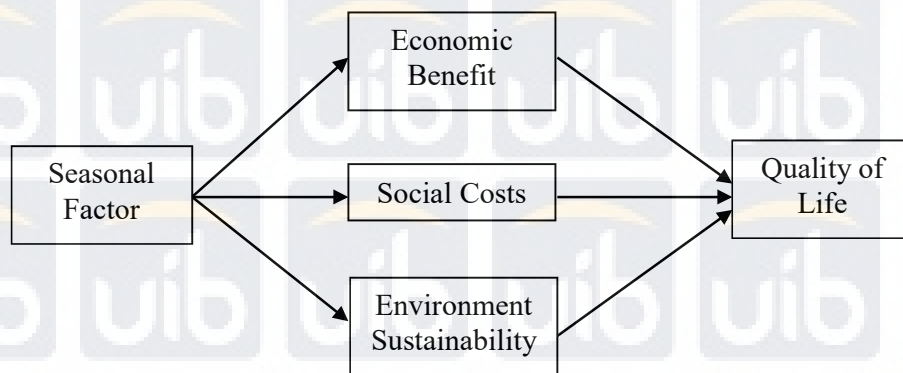
Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Ribeiro, Pinto, Silva, & Woosnam, 2017) bertujuan untuk memeriksa bagaimana penghuni memandang pariwisata dan pada akhirnya mengembangkan perilaku pro-pariwisata. Data dikumpulkan dari 418 penduduk Kepulauan Cape Verde (di lepas pantai Afrika barat). Yang diteliti meliputi kondisi ekonomi (Keadaan ekonomi lokal dan manfaat ekonomi pribadi yang dirasakan) dan faktor non-ekonomi (tingkat penghuni wisatawan yang ramah) sebagai anteseden dari sikap masyarakat terhadap *tourism* serta perilaku pro-pariwisata. Hasil studi menunjukkan faktor-faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung pada perilaku pengembangan pro-wisata penduduk. Hubungan antara faktor nonekonomi dan pro-pariwisata perilaku pembangunan dimediasi oleh sikap positif dan baik sikap terhadap dampak positif maupun dampak negatif memiliki pengaruh langsung dalam perilaku pengembangan pro-wisata penduduk.



Gambar 2.22 Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours:

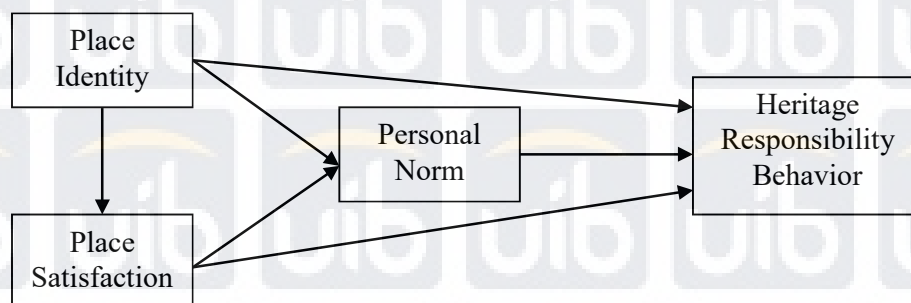
The case of developing island countries. Sumber : Ribeiro et al., (2017).

Penelitian selanjutnya oleh (Jeon, Kang, & Desmarais, 2016) memiliki tujuan untuk menyelidiki pengaruh atribut musiman pada persepsi penduduk tentang dampak pariwisata dan kualitas hidup yang dirasakan penduduk di tujuan wisata warisan budaya. Salem, Massachusetts, dipilih untuk lokasi studi, karena sejarah yang kaya dan warisan budaya kota ini yang menarik wisatawan dari seluruh dunia. Hasil menunjukkan bahwa faktor musiman memberi pengaruh negatif pada persepsi penduduk tentang manfaat ekonomi, atribut musiman secara positif mempengaruhi biaya sosial yang dirasakan penduduk, atribut musiman berbanding terbalik mempengaruhi persepsi masyarakat tentang kelestarian lingkungan, persepsi manfaat ekonomi berdampak positif terhadap persepsi kualitas hidup penduduk dan biaya sosial yang dirasakan mempengaruhi warga yang terkena dampak.



Gambar 2.23 Residents' Perceived Quality Of Life in a Cultural-Heritage Tourism Destination. Sumber : Jeon et al., (2016).

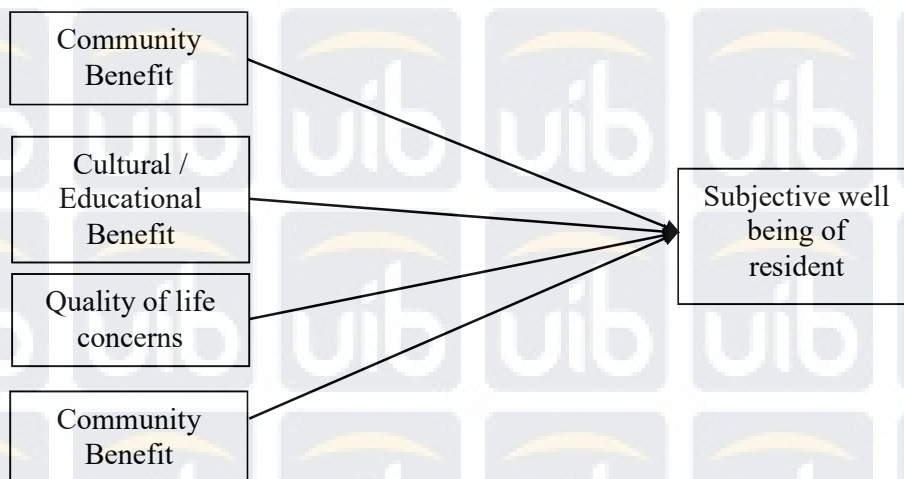
Penelitian oleh (Gursoy, Zhang, & Chi, 2019) bertujuan untuk menyelidiki perilaku perlindungan sumber daya warisan dan tanggung jawab konservasi penduduk lokal. Model yang diusulkan mengeksplorasi dampak identitas tempat, kepuasan tempat dan norma-norma pribadi pada perlindungan sumber daya warisan penduduk lokal dan perilaku tanggung jawab konservasi, yang diuji menggunakan data sebanyak 221 jumlah responden yang dikumpulkan dari suatu tujuan wisata yang sangat populer yaitu Kota Tua Phoenix, di Cina. Hasil temuan menunjukkan bahwa orientasi nilai dan teori identitas memberikan kerangka kerja konseptual yang kuat untuk hubungan antara identitas tempat, kepuasan tempat dan norma pribadi dan dampaknya terhadap perilaku tanggung jawab warisan.



Gambar 2.24 *Determinants of locals' heritage resource protection and*

conservation responsibility behaviors. sumber : Gursoy, Zhang, et al., (2019)

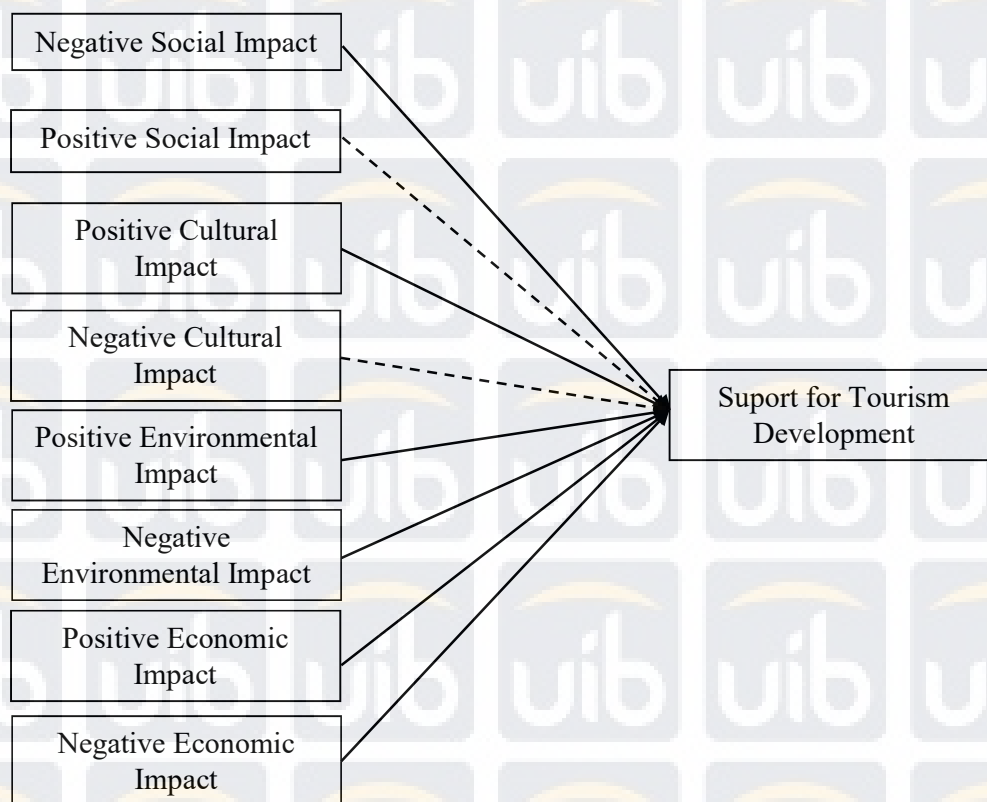
Penelitian oleh (Yolal, Gursoy, Uysal, Kim, & Karacaoğlu, 2016) bertujuan untuk menyelidiki bagaimana partisipasi penduduk dalam festival lokal dapat memengaruhi kesejahteraan subjektif mereka dan kualitas hidup mereka. Dengan menggunakan data yang dikumpulkan dari pengunjung lokal dari sebuah festival film, penelitian ini menguji hubungan antara dampak sosial-budaya dari sebuah festival dan kesejahteraan subjektif dari penduduk setempat. Hasil temuan mengungkapkan bahwa manfaat komunitas dan manfaat budaya / pendidikan memberikan dampak positif kesejahteraan dari penduduk, masalah kualitas hidup ditemukan memiliki dampak negatif pada kesejahteraan penduduk. Temuan juga mengungkapkan tidak terdapat hubungan signifikan terhadap masalah sumber daya masyarakat dan kesejahteraan subjektif warga.



Gambar 2.25 *Impacts of festivals and events on residents' well-being.* Sumber :

Yolal et al., (2016).

Penelitian selanjutnya oleh (Hammad, Ahmad, & Papastathopoulos, 2017) memiliki tujuan untuk menilai persepsi penduduk tentang dampak pariwisata pada dukungan mereka untuk pengembangan pariwisata di Abu Dhabi, United Arab Emirat (UAE). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dikumpulkan dari penduduk Abu Dhabi sebanyak 407, yang mewakili 30 kebangsaan yang tinggal di emirat. Hasil menunjukkan bahwa warga Abu Dhabi memandang dampak pariwisata secara positif, dan lebih peka terhadap pengaruh lingkungan dan ekonomi dari pariwisata daripada pengaruh sosial dan budaya.

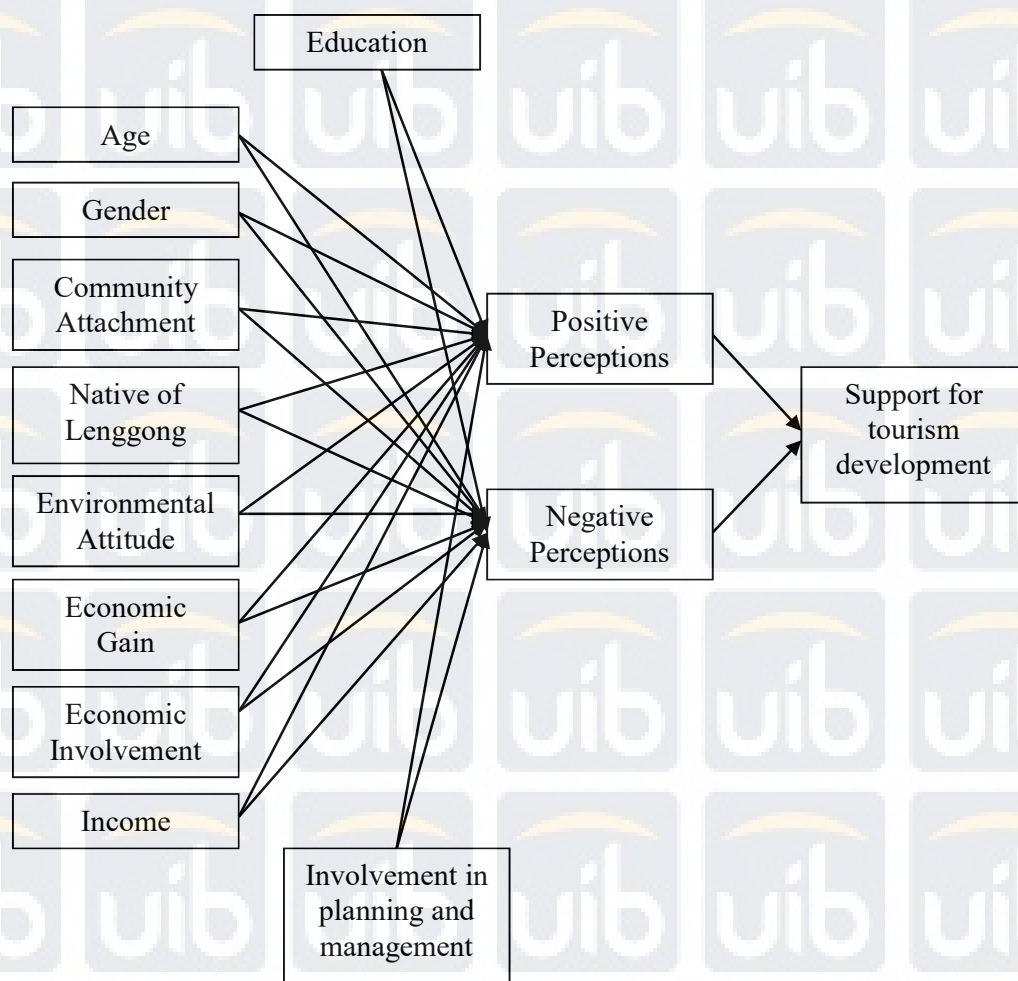


Gambar 2.26 Residents' Perceptions of the Impact of Tourism in Abu Dhabi, United Arab Emirates. Sumber : Hammad et al., (2017).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Rasoolimanesh, Jaafar, Kock, & Ramayah, 2015), penelitian ini dilakukan untuk meneliti faktor yang berpengaruh

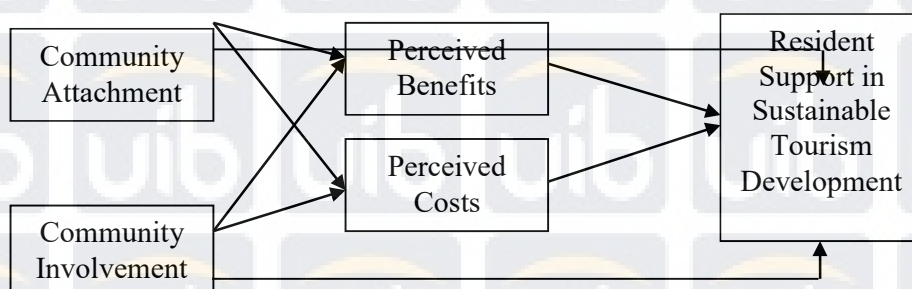
terhadap persepsi masyarakat serta dukungan terhadap pengembangan pariwisata.

Studi ini dilakukan di Lenggong Valley, Situs warisan dunia yang baru dikenal di Malaysia. Temuan ini mengungkapkan efek positif yang kuat untuk keuntungan ekonomi dan keterlibatan dalam proses perencanaan dan manajemen pada persepsi warga. Keterikatan masyarakat, sikap lingkungan, dan usia juga memengaruhi persepsi warga serta persepsi sangat mempengaruhi dukungan untuk pengembangan pariwisata.



Gambar 2.27 A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. Sumber : Rasoolimanesh et al., (2015).

Penelitian yang dilakukan oleh (Hassanal Bahar Pengiran Bagul, Li Sher, & Affendy Mohd Din, 2015) bertujuan untuk memahami pengaruh keterikatan masyarakat dan keterlibatan masyarakat terhadap dukungan penduduk pada pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan mediasi manfaat yang dirasakan dan biaya yang dirasakan. Menggunakan pendekatan kuantitatif dimana total 172 responden terlibat dalam pengumpulan data di dua lokasi penelitian yang berbeda di Sabah, Malaysia. Keterikatan masyarakat dan keterlibatan masyarakat ditetapkan sebagai variabel independen sedangkan manfaat yang dirasakan dan biaya yang dirasakan adalah mediator dan dukungan penduduk adalah variabel dependen.

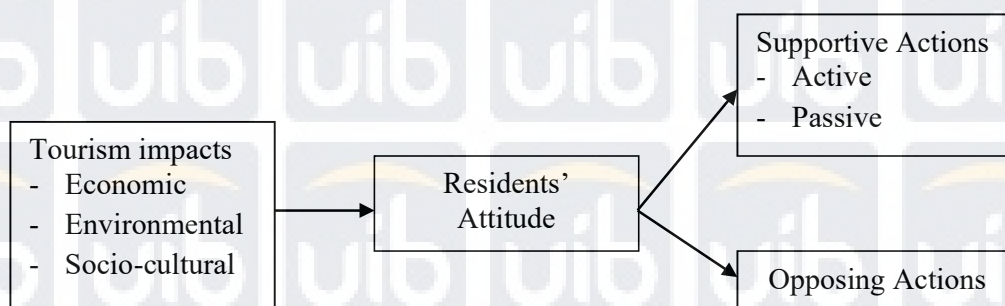


Gambar 2.28 *The Influence of Community Attachment and Community Involvement Towards Resident's Support on Sustainable Tourism Development by Mediating Perceived Benefits and Perceived Costs.* Sumber : Hassanal Bahar

Pengiran Bagul et al., (2015).

Penelitian berikutnya oleh (Peters, Chan, & Legerer, 2018) menyelidiki bagaimana dampak pariwisata menerima persepsi lokal menentukan sikap lokal dan pada akhirnya mengarah pada tindakan dukungan aktif atau pasif. Penelitian dilakukan di Urlaubsregion Murtal (URM) di Austria. Hasil *survey* menunjukkan bahwa sikap lokal dipengaruhi secara signifikan oleh dampak pariwisata. Secara

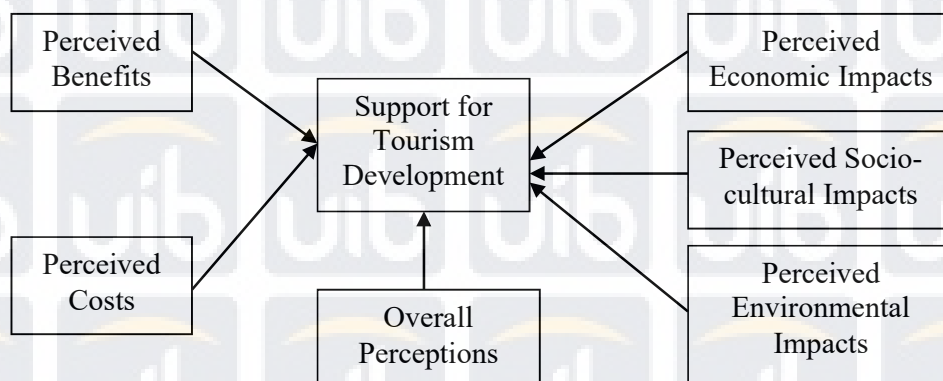
khusus, dampak sosial-budaya memengaruhi sikap pada tingkat yang lebih besar daripada dampak ekonomi dan lingkungan. Sikap penduduk umum secara keseluruhan di URM sangat positif karena responden menunjukkan rasa keterbukaan terhadap pengembangan pariwisata dan sebagian besar setuju bahwa keuntungan lebih besar daripada kerugiannya.



Gambar 2.29 *Local Perception of Impact-Attitudes-Actions towards Tourism*

Development in the Urlaubsregion Murtal in Austria. Sumber: Peters et al., (2018).

Penelitian yang dilakukan oleh (Gursoy, Ouyang, Nunkoo, & Wei, 2019) bertujuan untuk menguji penerapan SET (*Social Exchange Theory*) dalam menjelaskan persepsi dampak dan sikap penduduk terhadap pengembangan pariwisata. Hasil temuan mengungkapkan bahwa manfaat yang dirasakan menghasilkan efek substansial pada dukungan sementara biaya yang dirasakan (dampak negatif) memiliki efek yang kurang mendukung, yang menunjukkan bahwa langkah-langkah dan indikator yang digunakan untuk menilai persepsi penduduk tentang biaya yang dirasakan (dampak negatif) mungkin memiliki masalah validitas.



Gambar 2.30 Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism

development: a meta-analysis. Sumber : Gursoy, Ouyang, et al., (2019)

2.2 Definisi Variabel Dependen

2.2.1 Definisi *Tourism Development Support*

Pengembangan pariwisata berkelanjutan merupakan pengembangan pariwisata yang menganalisa sepenuhnya pada dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang ada pada saat ini maupun masa depan, menangani kebutuhan para pengunjung, industri, lingkungan sekitar dan masyarakat tuan rumah (UNWTO).

Dukungan dari penduduk setempat sangat penting untuk pengembangan, operasi yang sukses, dan keberlanjutan pariwisata. Keterlibatan penduduk mengarah pada dukungan yang lebih tinggi dan sangat penting untuk kesuksesan acara dan kelayakan ekonomi jangka panjang (Zhou & Ap, 2009). (Choi & Murray, 2010) lebih lanjut menemukan bahwa melakukan prediksi dalam jangka panjang, dukungan dari masyarakat dan melestarikan lingkungan memiliki kaitan dengan dampak positif dan negatif dari pariwisata dan merupakan prediktor signifikan dari dukungan penduduk untuk pariwisata.

Dukungan warga untuk pengembangan pariwisata terlihat sebagai sebuah syarat untuk keberlanjutan (Gursoy, Chi, & Dyer, 2010) (Sharpley, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Meyer di negara Karibia menemukan bahwa pengembangan pariwisata memiliki dampak secara langsung kepada perekonomian lokal apabila penduduk setempat ingin mendukung kegiatan pariwisata. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah pengusaha pariwisata harus ikut serta dalam mendukung usaha-usaha lokal setempat dengan cara mengutamakan transaksi produk (baik barang dan jasa) yang diproduksi oleh para pelaku usaha lokal setempat.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan antara *Sense of Place* dan *Perceived Collective Benefit*

Sebagian besar sarjana pariwisata mengukur *sense of place* sebagai menempatkan keterikatan dalam dua aspek: koneksi emosional yang disebut identifikasi tempat dan fungsional asosiasi yang disebut ketergantungan tempat. (Vaughan & Ardoin, 2014) mengungkapkan bahwa *sense of place* memiliki hubungan langsung dengan manfaat yang dirasakan.

(Tsai & Shiue, 2010) mengungkapkan bahwa keterikatan dan rasa tempat masyarakat dapat memengaruhi pemahaman warga dari, dukungan untuk, dan partisipasi dalam pengembangan pariwisata. Studi-studi ini, meskipun sedikit, telah jelas menunjukkan bahwa *Sense of place* memengaruhi dukungan untuk pengembangan pariwisata.

Juga ditemukan bahwa keterikatan komunitas mempengaruhi dukungan pengembangan pariwisata (C. K. Lee, Kang, Long, & Reisinger, 2010), Keterikatan

pada tempat dapat menjadi sentimen emosional yang kuat yang memengaruhi cara orang memandang, mengalami, dan menilai sumber daya fisik sebuah tempat (Ramkissoon, Smith, & Weiler, 2013). Karena itu, memahami perbedaan *Place Attachment* di antara grup pengguna, serta hubungannya antara keterikatan tempat dan berbagai perilaku terkait lingkungan (Ramkissoon et al., 2013), dapat membantu mengontekstualisasikan implikasi manajemen dari berbagai struktur tata kelola, termasuk yang dirancang dan diimplementasikan di tingkat masyarakat.

2.3.2 Hubungan antara *Sense of place* dengan *Perceived collective Cost*

Tempat merupakan lokasi suatu ruang, bisa berwujud maupun tidak berwujud. Seiring dengan berlalunya waktu, makna dan nilai tempat dianugerahkan oleh masyarakat dan individu, dan disajikan dalam individu, kelompok, dan budaya (Halpenny, 2010). *Place attachment* adalah konsep multidimensi proses psikologis dan lokalitas individu (Scannell & Gifford, 2010). Dijelaskan bahwa pariwisata dapat meningkatkan peluang kerja dan meningkatkan standar hidup, tetapi dapat meningkatkan biaya hidup (Nunkoo & Ramkissoon, 2012). Hal ini menjadi hubungan antara *sense of place* dan pengeluaran yang dirasakan. Perlu diperhatikan bahwa, kepuasan tempat/komunitas adalah bagian dari *sense of place* (Vong et al., 2016). Studi yang mengikuti pendekatan ini mengelompokkan dampak potensial pariwisata ke dalam dua dimensi, yaitu pengeluaran dan manfaat (atau dampak positif/negatif), yang secara umum menunjukkan hubungan negatif langsung kepada biaya yang dirasakan serta dukungan untuk pengembangan pariwisata dan hubungan positif langsung terhadap manfaat dan dukungan yang dirasakan (T. H. Lee, 2013) (Nunkoo & Gursoy, 2012), (Nunkoo & Ramkissoon, 2011a)

Gursoy et al. (2010) berfokus pada pengembangan pariwisata alternatif di daerah pesisir, dan mengungkapkan bahwa penduduk menempatkan kepentingan yang lebih tinggi pada potensi manfaat ekonomi dan budaya dari pembangunan tersebut, sementara manfaat sosial yang dirasakan dan biaya sosial-ekonomi tidak signifikan dalam membentuk dukungan mereka dan ada hubungan positif langsung antara tempat penghuni dan dampak ekonomi yang akan dirasakan.

2.3.3 Hubungan antara *Sense of Place* dan *Perceived Personal Benefit*

Beberapa sarjana telah memilih dampak yang dirasakan sebagai variabel mediasi dalam penjelajahan peran keterikatan masyarakat dalam mempengaruhi dukungan pengembangan pariwisata. *Sense of place* (SOP) secara langsung dan positif mempengaruhi manfaat pribadi yang dirasakan. Dengan adanya tempat pariwisata yang menarik akan menarik minat turis untuk mengunjungi tempat tersebut dan hal tersebut tentunya memberikan keuntungan bagi masyarakat setempat. Identifikasi tempat adalah perasaan psikologis dan makna afektif dan simbolis yang diciptakan melalui akumulasi pengalaman. Dengan mengulangi kunjungan berulang, identifikasi seseorang dengan tempat tersebut ditingkatkan dan lampiran dikembangkan (Cheng et al., 2013). Ketika karisma yang unik dapat memuaskan kebutuhan dan harapan orang, mereka lebih bersedia untuk tinggal di tempat tujuan dan mengunjungi kembali.

2.3.4 Hubungan antara *Sense of Place* dan *Perceived Personal Cost*

Penelitian tentang efek lingkungan terhadap perilaku manusia menunjukkan bahwa *sense of place* adalah factor utama dari perilaku bertanggung jawab terhadap lingkungan (Budruk, Thomas, & Tyrrell, 2009). Hasil penelitian oleh (Vong et al., 2016) menjelaskan bahwa biaya dikeluarkan yang dirasakan secara negatif terkait dengan *sense of place*. Biaya yang dikeluarkan dalam pengembangan pariwisata ini termasuk peningkatan biaya hidup, keramaian, kemacetan, polusi, peningkatan kejahatan, perselisihan antara wisatawan dan penduduk, dan perubahan cara hidup tuan rumah. Warga miskin daerah yang relatif lebih dekat dengan dunia luar jika dirasakan biaya pengembangan pariwisata melebihi sosial, ketahanan lingkungan, dan kapasitas psikologis, orang lebih cenderung bersikap tidak puas terhadap pariwisata. Sehingga biaya pembangunan pariwisata yang dirasakan memiliki efek negatif pada daerah miskin (Vong et al., 2016). Ketika individu mengembangkan keterikatan pada tempat tujuan tertentu, mereka menyatakan perhatian dan kepedulian terhadap perlindungan lingkungannya, dan mendapatkan lebih banyak kesadaran akan masalah lingkungan kontemporer (T. H. Lee, 2011).

2.3.5 Hubungan antara *Tourism Development Potential* dan *Perceived Collective Benefit*

Secara umum diterima bahwa pariwisata memiliki potensi dampak positif yang diharapkan maupun yang tidak diharapkan tentang komunitas lokal (Prayag et al., 2013). Manfaat bagi penduduk dari pariwisata tergantung apakah mereka dapat berpartisipasi secara efektif di industri, yang khususnya terjadi di daerah miskin. Daya tarik tempat memungkinkan publik untuk mencapai fungsi hiburan,

minat, dan pendidikan (Leask, 2010) dan kekuatan daya tarik destinasi berkaitan dengan perkembangan ekonomi dan kinerja kawasan (Andersson & Getz, 2009).

Faktor lain yang terkait dengan pemahaman penduduk tentang tempat dan pengembangan pariwisata di desa bersejarah adalah persepsi potensi pengembangan pariwisata berkelanjutan, yang dapat memengaruhi penilaian kepada pengembangan industri pariwisata pada tempat tertentu, dan kemudian memengaruhi sikap mereka (Zhu, Liu, Wei, Li, & Wang, 2017).

2.3.6 Hubungan antara *Tourism Development Potential* dan *Perceived Collective Cost*

Masyarakat menerima keuntungan ekonomi dari keterlibatan langsung mereka di industri pariwisata secara tidak langsung karena peningkatan aktivitas ekonomi di masyarakat. Karena itu, potensi bagi masyarakat anggota untuk memperoleh manfaat ekonomi memberikan dukungan positif mereka persepsi tentang pengembangan pariwisata. (Látková & Vogt, 2012) telah melaporkan hubungan negatif antara manfaat ekonomi dan persepsi negatif penduduk terhadap pengembangan pariwisata.

2.3.7 Hubungan antara *Tourism Development Potential* dan *Perceived Personal Benefit*

Dalam hal penduduk, persepsi mereka tentang potensi pengembangan pariwisata berkelanjutan di tempat khusus mereka sangat penting untuk sikap dan perilaku mereka. Potensi pengembangan pariwisata menentukan fondasi pengembangan pariwisata dan merupakan penilaian untuk memprediksi pengembangan pariwisata (Papadopoulos, Elliot, & De Nisco, 2013). Potensi

pengembangan pariwisata memiliki sesuatu yang sama dengan citra tempat, yaitu persepsi individu terhadap atribut tertentu dari suatu tempat tertentu. Penelitian oleh (Tsung Hung Lee, 2013) menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan dari pariwisata berkelanjutan secara langsung dan positif mempengaruhi dukungan warga dan pribadi untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan.

2.3.8 Hubungan antara *Tourism Development Potential* dan *Perceived Personal Cost*

Terlepas dari bentuk dan jenisnya, pengembangan pariwisata memerlukan manfaat dan biaya bagi penduduk setempat. Berbanding sebaliknya dengan manfaat pribadi, Biaya yang dirasakan dari pariwisata berkelanjutan secara langsung dan negatif mempengaruhi dukungan untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan (T. H. Lee, 2013). Berdasarkan penelitian oleh (Nunkoo & Gursoy, 2016) juga menjelaskan bahwa biaya pariwisata secara negatif mempengaruhi dukungan untuk pariwisata alternatif, dan biaya pariwisata memengaruhi dukungan untuk pariwisata massal secara negatif.

2.3.9 Hubungan antara *Perceived Collective Benefit* dan *Tourism Development Support*

Penduduk suatu komunitas memutuskan apakah akan menjadi tergantung pada manfaat dan biaya pariwisata dengan mempertimbangkan masalah ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan (Gursoy et al., 2010), (Nunkoo & Ramkissoon, 2011b). *Social Exchange Theory* (SET) menunjukkan bahwa penduduk lebih cenderung mendukung pengembangan pariwisata lokal jika mereka merasakan manfaat pariwisata lebih besar daripada biaya terkait (Rasoolimanesh et al., 2015).

Studi sebelumnya menjelaskan bahwa manfaat yang didapat secara positif dan signifikan mempengaruhi dukungan penduduk lokal untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan berdasarkan *Social Exchange Theory* (Nicholas, Thapa, & Ko, 2009).

2.3.10 Hubungan antara *Perceived Collective Cost* dan *Tourism Development*

Support

Banyak sarjana telah menggunakan manfaat yang dirasakan dan biaya yang dirasakan sebagai variabel mediasi dalam memeriksa peran keterikatan masyarakat dalam peramalan akurat dukungan untuk pengembangan pariwisata (Choi & Murray, 2010). Partisipasi masyarakat dalam hal pelestarian sumber daya alam, pengelolaan limbah, infrastruktur, pengembangan fasilitas, program wisata, dan paket wisata sangat penting dalam membentuk fondasi pengembangan pariwisata (Putra, 2019). Menurut analisis biaya-manfaat, masyarakat lokal lebih disukai terhadap pengembangan pariwisata ketika manfaat yang diharapkan melebihi biaya pengembangan pariwisata (Gursoy et al., 2010). Penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi biaya pariwisata pada umumnya akan berdampak pada hubungan negatif terhadap dukungan dari penduduk untuk pengembangan (Látková & Vogt, 2012) (Nunkoo & Gursoy, 2012).

2.3.11 Hubungan antara *Perceived Personal Benefit* dan *Tourism Development*

Support

Manfaat biasanya dikategorikan kedalam beberapa hal seperti ekonomi, sosial budaya dan lingkungan (Andereck, 2011) (T. H. Lee, 2013). Manfaat yang

dirasakan memainkan peran mediasi parsial antara keterikatan masyarakat dan dukungan untuk pengembangan pariwisata. Warga yang menganggap pertukaran antara manfaat dan biaya sebagai hal yang merusak atau negatif telah ditemukan memiliki kemauan yang rendah untuk mendukung pembangunan (Nunkoo & Ramkissoon, 2012)(Boley et al., 2014). Akan tetapi, ada kemungkinan penduduk mau mendukung pengembangan pariwisata walaupun tidak mendapatkan keuntungan atau manfaat secara langsung dan mendapat kerugiannya. (Nunkoo & So, 2016)(Ven, 2016)

2.3.12 Hubungan antara *Perceived Personal Cost* dan *Tourism Development Support*

Beberapa sarjana pariwisata telah menggunakan manfaat dan biaya yang dirasakan sebagai variabel perantara antara dukungan untuk pengembangan pariwisata dan keterikatan masyarakat (Nicholas et al., 2009) dan sebagai sarana untuk menilai model teoritis mereka. Adanya pengembangan pariwisata juga dapat memberikan berbagai dampak negatif terhadap masyarakat lokal. Kegiatan pariwisata sering mengakibatkan peningkatan biaya hidup, meningkatnya harga properti, kepadatan dan kemacetan di jalan, permintaan dan persaingan yang lebih besar untuk sumber daya dan fasilitas (misalnya tempat perbelanjaan dan hiburan) dan peningkatan jumlah penggunaan narkoba dan perilaku antisosial lainnya (Látková & Vogt, 2012), (Deery, Jago, & Fredline, 2012). Oleh karena itu individu menimbang biaya dan manfaat dari hubungan dan akan masuk ke dalam hubungan di mana mereka memperoleh manfaat maksimum dan mengeluarkan biaya paling sedikit. (Adongo et al., 2017).

2.3.13 Hubungan antara *Sense of Place* dan *Tourism Development Support*

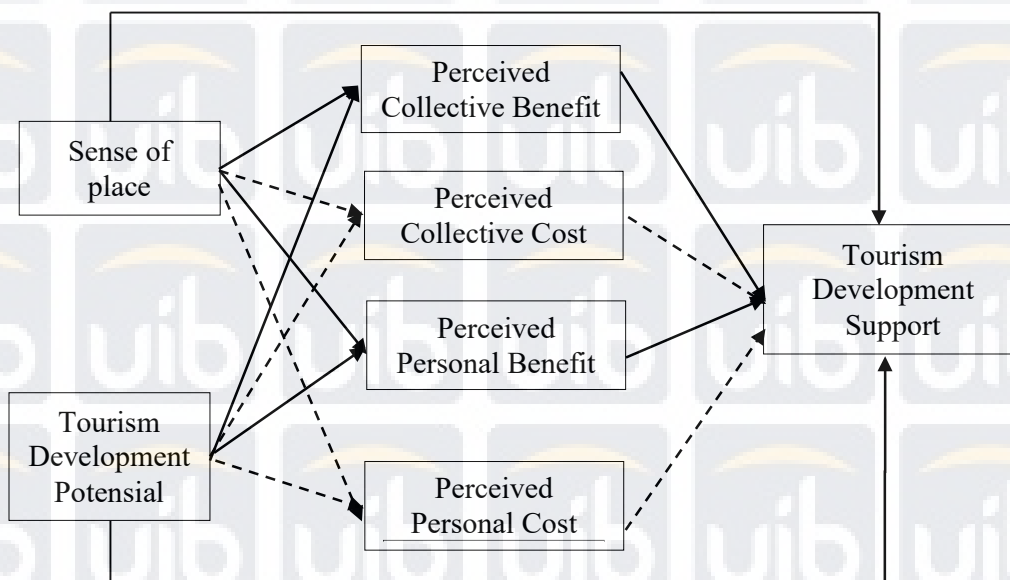
Banyak wisatawan mencari tempat dalam pengalaman liburan yang autentik dan berkelanjutan untuk beristirahat dan bersantai (Buffa, 2015). Pentingnya pariwisata untuk negara-negara berkembang ada di mana-mana dan diakui dengan baik oleh masyarakat tuan rumah (Pratt, 2015), (Sinclair-Maragh & Gursay, 2016). Namun, begitu tempat tersebut menjadi sebuah lokasi wisata, maka kualitas hidup penghuninya dapat dipengaruhi dari pariwisata (Woo, Kim, & Uysal, 2015). Makna yang seharusnya lebih benar terutama masalah preferensi, dan menemukan jawaban akhir tentu di luar ruang lingkup penelitian ini. Untuk menghindari kebingungan konseptual, selanjutnya, *sense of place* digunakan untuk menunjukkan arti pertama, sedangkan *sense of place* mengacu pada makna kedua (Vong et al., 2016).

2.3.14 Hubungan antara *Tourism Development Potential* dan *Tourism Development Support*

Potensi pengembangan pariwisata adalah analisis yang komprehensif dari tujuan, untuk tujuan pengembangan pariwisata dan berdasarkan gambar tempat (Zhu et al., 2017). Dengan menurunnya industri agraria tradisional, berbagai pemangku kepentingan pariwisata (yaitu masyarakat lokal, pemerintah, dan pemain industri) kembali fokus pada pariwisata pedesaan karena potensinya sebagai solusi alternatif untuk menghasilkan pendapatan (Ruiz-Molina, Gil-Saura, & Moliner-Velázquez, 2010), (Moric, 2014). Bahkan, pariwisata pedesaan telah diakui sebagai alat penting untuk meningkatkan kesejahteraan dan standar hidup lokal (Pröbstl-Haider, Melzer, & Jiricka, 2014), (Aliman, Hashim, Wahid, & Harudin, 2016)

2.4 Model Penelitian dan Perumusan hipotesis.

Berdasarkan penjelasan dari penelitian-penelitian terdahulu, penulis membuat model penelitian dan hipotesis sebagai berikut:



Gambar 2.31 Analisis Pengaruh Sikap Penduduk Terhadap Potensi

Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kota Batam, Sumber: Penulis (2020)

Dengan hasil model tersebut dapat dijabarkan hipotesis nya sebagai berikut:

Hipotesis 1. *Perceived collective benefit* berpengaruh positif terhadap *Tourism Development Support* dengan jumlah *t-statistic* yaitu 4,006 serta *P-values* 0,000.

Hasil dikatakan signifikan karena dapat menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (Boley et al., 2014); (Stylidis et al., 2014); (Boley et al., 2014);

Hipotesis 2. *Perceived Collective Cost* berpengaruh negatif terhadap *Tourism Development Support* dengan jumlah *t-statistic* yaitu 1.345 serta *P-values* sebesar

0.179. Hasil dikatakan tidak signifikan karena dapat tidak menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (Boley et al., 2014); (Kim et al., 2013); (T. H. Lee, 2013); (Nunkoo & So, 2016).

Hipotesis 3. *Perceived Personal Benefit* berpengaruh positif terhadap *Tourism Development Support* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 2,669 serta *P-values* sebesar 0,008. Hasil dikatakan signifikan karena dapat menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (Stylidis et al., 2014); (X. Wang et al., 2014); (S. Wang & Chen, 2015); (Latip et al., 2018).

Hipotesis 4. *Perceived Personal Cost* berpengaruh negatif terhadap *Tourism Development Support* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 1.286 serta *P-values* sebesar 0.199. Hasil dikatakan tidak signifikan karena tidak dapat menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (Chin et al., 2017); (Prayag et al., 2013)

Hipotesis 5. *Sense of Place* berpengaruh positif terhadap *Perceived Collective Benefit* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 2,851 serta *P-values* sebesar 0,005 dan memiliki pengaruh positif secara tidak langsung terhadap *Tourism Development Support* dengan nilai *t-statistics* yaitu sebesar 2,483 dan *P-values* sebesar 0.013. Hasil dikatakan signifikan karena dapat menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (X. Wang et al., 2014).

Hipotesis 6. *Sense of Place* berpengaruh negatif terhadap *Perceived Collective Cost* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 1.281 serta *P-values* sebesar 0.201 dan memiliki pengaruh negatif secara tidak langsung terhadap *Tourism Development Support* dengan nilai *t-statistics* yaitu sebesar 0,816 dan *P-values* sebesar 0.415.

Hasil dikatakan tidak signifikan karena tidak dapat menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (Cheng et al., 2013).

Hipotesis 7. *Sense of Place* berpengaruh positif terhadap *Perceived Personal Benefit* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 3.543 dan *P-values* sebesar 0.000 dan memiliki pengaruh positif secara tidak langsung terhadap *Tourism Development Support* dengan nilai *t-statistics* yaitu sebesar 1,989 dan *P-values* sebesar 0,047. Hasil dikatakan signifikan karena dapat menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (Kim et al., 2013).

Hipotesis 8. *Sense of Place* berpengaruh negatif terhadap *Perceived Personal Cost* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 1.400 dan *P-values* sebesar 0.162 dan memiliki pengaruh negatif secara tidak langsung terhadap *Tourism Development Support* dengan nilai *t-statistics* yaitu sebesar 0,811 dan *P-values* sebesar 0,418. Hasil dikatakan tidak signifikan karena tidak dapat menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (Stylidis et al., 2014).

Hipotesis 9. *Sense of Place* berpengaruh positif terhadap *Tourism Development Support* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 3.033 dan *P-values* sebesar 0.003. Hasil dikatakan signifikan karena dapat menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (Vong et al., 2016).

Hipotesis 10. *Tourism Development Potential* berpengaruh positif terhadap *Perceived Collective Benefit* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 4.495 dan *P-values* sebesar 0.000 dan memiliki pengaruh positif secara tidak langsung terhadap *Tourism Development Support* dengan jumlah *t-statistics* yaitu sebesar 3,002 dan

P-values sebesar 0,003. Hasil dikatakan signifikan karena dapat menyanggupi persyaratan. Hasil tersebut sama dengan penelitian terdahulu (Zhu et al., 2017)

Hipotesis 11. *Tourism Development Potential* berpengaruh negatif terhadap *Perceived Collective Cost* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 0.229 dan *P-values* sebesar 0.819 dan memiliki pengaruh negatif secara tidak langsung terhadap *Tourism Development Support* dengan nilai *t-statistics* yaitu sebesar 0,167 dan *P-values* sebesar 0,867. Hasil dikatakan tidak signifikan karena tidak dapat menyanggupi persyaratan.

Hipotesis 12. *Tourism Development Potential* berpengaruh positif terhadap *Perceived Personal Benefit* dengan jumlah *t-statistics* yaitu 2.093 dan *P-values* sebesar 0.037 dan memiliki pengaruh positif secara tidak langsung terhadap *Tourism Development Support* dengan nilai *t-statistics* yaitu sebesar 1,517 dan *P-values* sebesar 0,130. Hasil dikatakan signifikan karena dapat menyanggupi persyaratan.

Hipotesis 13. *Tourism Development Potential* berpengaruh negatif terhadap *Perceived Personal Cost* dengan jumlah *t-statistics* yaitu sebesar 0.447 dan *P-values* sebesar 0.655 dan memiliki pengaruh negatif secara tidak langsung terhadap *Tourism Development Support* dengan nilai *t-statistics* yaitu sebesar 0,327 dan *P-values* sebesar 0,744. Nilai tersebut dinyatakan tidak signifikan karena tidak dapat menyanggupi persyaratan.

Hipotesis 14. *Tourism Development Potential* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Tourism Development Support* dengan jumlah *t-statistics* yaitu

sebesar 2.499 dan *P-values* sebesar 0.013. Nilai tersebut dinyatakan signifikan karena dapat menyanggupi persyaratan.

