

Penerapan *Theory Planned Behavior* Dalam Memprediksi *Revisit Intention* Lokasi Wisata di Pulau Ambon

Arthur Sitaniapessy
Politeknik Negeri Ambon
Email: arthursita1977@gmail.com

Abstract

The theory of Planned Behavior is one of the theories that can be used in predicting individual behavior in the future, including testing tourist intentions and behavior towards tourist sites that have been visited before. This study aims to apply the Theory of Planned Behavior (TPB) in predicting the revisit intention of tourists to tourist sites on Ambon Island. The variables included to support the application of TPB include tourist attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control, which are antecedent variables of revisit intention. Respondents in this study were 141 students from various universities in Ambon City. Instrument testing was carried out using validity and reliability. The results of hypothesis testing using multiple regression show that all hypotheses proposed are supported. This indicates that tourist attitude, subjective norms, and perceived behavioral control strongly predict revisit intention.

Keywords: *Tourism Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Revisit Intention.*

Abstrak

Theory of Planned Behavior merupakan salah satu teori yang dapat digunakan dalam memprediksi perilaku individu di masa yang akan datang termasuk untuk menguji niat dan perilaku wisatawan terhadap lokasi wisata yang pernah dikunjungi sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini mengaplikasikan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam memprediksi *revisit intention* dari wisatawan terhadap lokasi-lokasi wisata yang ada di Pulau Ambon. Variabel yang disertakan untuk mendukung penerapan TPB ini antara lain sikap wisatawan, norma subyektif dan *perceived behavioral control* yang adalah variabel antesenden dari *revisit intention*. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa berbagai universitas di Kota Ambon yang berjumlah 141 orang. Pengujian instrumen dilakukan dengan menggunakan validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian hipotesis yang menggunakan regresi berganda menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan terdukung. Hal ini mengindikasikan bahwa Sikap wisatawan, norma subyektif dan *perceived behavioral control* merupakan prediktor kuat dari *revisit intention*.

Kata kunci: Sikap Wisatawan, Norma Subyektif, Perceived Behavioral Control, Revisit Intention.

1. Pendahuluan

Saat ini industri pariwisata semakin bertumbuh dan banyak negara termasuk Indonesia berusaha mengembangkan pariwisata sebagai sumber pendapatan negara. Merli et al., (2019) menjelaskan bahwa pariwisata dapat memberikan manfaat secara ekonomi bagi mereka yang terlibat didalamnya. Perkembangan pariwisata saat ini sangat berhubungan dengan semakin meningkat dan berkembangnya obyek-obyek pariwisata yang baru (Abbasi et al., 2021). Semakin berkembangnya industri pariwisata berdampak pada niat mengunjungi lokasi-lokasi wisata semakin meningkat. Meningkatnya niat orang untuk berkunjung ke tempat wisata baik itu untuk pertama kalinya ataupun yang kedua atau seterusnya merupakan tujuan utama pelaku bisnis pariwisata (Meng & Cui, 2020). Jumlah kunjungan suatu lokasi/obyek wisata sangat tergantung pada perilaku wisatawan itu sendiri, bagaimana mereka mengambil keputusan untuk berkunjung ke suatu lokasi wisata

Pengambilan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata merupakan proses yang tidak mudah karena dipengaruhi banyak faktor seperti faktor psikologis seperti sikap, faktor sosial dan *perceived behavioral control* (PBC). Secara teori, faktor-faktor tersebut merupakan faktor pembentuk seseorang untuk berniat melakukan sesuatu hal. Salah satu teori yang sesuai dengan konteks tersebut adalah

Theory of Planned Behavior atau disingkat dengan TPB (Soliman, 2021). TPB menawarkan perspektif holistik untuk memprediksi berbagai perilaku manusia. Para ahli pariwisata berpendapat bahwa TPB dapat diperluas dengan memasukkan konstruk-konstruk penting untuk konteks perhotelan atau pariwisata yang spesifik. TPB bermanfaat untuk memprediksi niat perilaku individu serta dapat dikembangkan termasuk dalam konteks pariwisata (Meng & Cui, 2020). Sesuai dengan hal dimaksud Japutra et al., (2019) menjelaskan bahwa TPB efektif untuk mengukur perilaku individu termasuk berbagai konteks pariwisata dan perhotelan (Japutra et al., 2019). Para ahli pariwisata berpendapat bahwa TPB dapat diperluas dengan memasukkan konstruk-konstruk penting untuk konteks perhotelan atau pariwisata yang spesifik; dengan melakukan hal ini, hal ini akan memberikan proses yang bermanfaat untuk memprediksi niat perilaku individu dengan lebih baik serta kesempatan untuk mengembangkan teori-teori yang sudah ada (Meng & Choi, 2018).

Sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah tiga faktor penting yang menurut TPB menentukan niat seseorang untuk berperilaku (Soliman, 2021). Hasil dari ketiga prediktor ini niat perilaku digambarkan sebagai indikasi seberapa kuat seseorang melakukan upaya orang untuk berperilaku secara nyata. Meskipun TPB telah membuktikan kerangka kerja yang berguna dalam memprediksi perilaku manusia, sejumlah peneliti masih menyatakan bahwa teori ini perlu dikembangkan lebih lanjut, baik dengan memasukkan variabel-variabel baru yang penting atau dengan memodifikasi hubungan sebab akibat berdasarkan situasi tertentu dan dapat dipergunakan dalam konteks apa saja sepanjang berhubungan dengan perilaku (Meng & Cui, 2020). Motivasi wisatawan telah menjadi topik penting dalam penelitian pariwisata karena langkah utama dari proses perilaku dalam perjalanan wisata. Hal ini dianggap sebagai salah satu elemen yang paling signifikan yang mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali suatu destinasi (Soliman, 2021).

Pulau Ambon adalah salah satu pulau utama di Provinsi Maluku dengan banyak objek wisata, termasuk alam, sejarah, religius, dan budaya. Setelah Pandemi Covid-19 industri pariwisata di Ambon semakin bergairah. Lokasi-lokasi wisata mulai ramai dikunjungi wisatawan. Meskipun demikian perkembangan pariwisata di Ambon perlu mendapat perhatian karena minimnya infrastruktur seperti akses menuju lokasi wisata yang sulit yang mengakibatkan meningkatnya biaya, masih kurangnya fasilitas dan sarana di lokasi wisata. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan maka dapat dilihat bahwa wisatawan lokal yang berada di Ambon memiliki kecenderungan untuk kembali lagi ke lokasi wisata yang pernah dikunjungi yang didasari oleh berbagai faktor meskipun terdapat pencarian variasi pada lokasi-lokasi wisata yang belum dikunjungi. Kondisi-kondisi seperti ini juga berpengaruh pada orang untuk melakukan perjalanan wisata dan bisa berdampak pada perilaku mereka mengambil keputusan untuk mengunjungi tempat wisata.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya penelitian ini bertujuan untuk menerapkan TPB dalam konteks pariwisata khususnya menguji niat wisatawan untuk berkunjung kembali (*revisit intention*). Tiga prediktor niat wisatawan untuk berkunjung kembali yaitu sikap wisatawan, norma subjektif serta PBC.

2. Literature Review

2.1 TPB Pada Konteks Pariwisata

Pada konteks pariwisata, sikap wisatawan mencakup tiga komponen: kognitif, afektif, dan perilaku. *Pertama* adalah evaluasi yang dilakukan dalam pembentukan sikap, sedangkan komponen afektif adalah reaksi psikologis yang mengekspresikan kecenderungan pengunjung untuk suatu destinasi dan elemen perilaku yang merupakan indikasi verbal dari verbal yang merupakan indikasi verbal dari niat untuk mengunjungi destinasi tersebut (Soliman, 2021). *Kedua* adalah norma subjektif yang dipandang sebagai tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk berperilaku tertentu dan kecenderungan mereka untuk mengatasi tekanan tersebut.

Menurut teori, norma subjektif berasal dari persepsi seseorang tentang bagaimana orang lain melihat perilaku dan dorongan mereka untuk mengikuti keyakinan dan harapan pemberi referensi (Bianchi et al., 2017; Meng & Cui, 2020). Selanjutnya yang *ketiga* adalah dari niat PBC yang merujuk pada persepsi manusia tentang kemampuan mereka untuk melakukan suatu perilaku. Keyakinan yang tercermin dari faktor ini adalah tentang sumber daya dan peluang yang dibutuhkan ketika melakukan suatu perilaku (Abbasi et al., 2021).

2.2. Hipotesis

Sikap adalah salah satu komponen psikologis yang sangat penting dalam perilaku manusia serta mengacu pada keyakinan positif atau negatif seseorang terhadap suatu objek (Soliman, 2021). Meng dan Cui (2020) melakukan penelitian dengan tujuan untuk menyelidiki niat wisatawan untuk berkunjung kembali dengan memasukkan konstruk tambahan ke dalam model TPB dan secara empiris membuktikan bahwa model TPB yang diperluas memiliki kekuatan prediksi yang lebih baik daripada model TPB asli. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sikap wisatawan berpengaruh pada niat untuk mengunjungi kembali (*revisit intention*). Bianchi et al., (2017) menemukan bahwa sikap merupakan faktor penentu bagi wisatawan dalam menentukan apakah mereka akan melakukan kunjungan ulang pada suatu lokasi wisata atau tidak. Selanjutnya, kemungkinan wisatawan untuk mengunjungi kembali tujuan festival akan lebih tinggi jika mereka memiliki sikap positif terhadap festival tersebut (Choo et al., 2016). Selanjutnya, Hasan et al., (2019) menemukan bahwa sikap wisatawan memiliki pengaruh positif pada *revisit intention*.

Hipotesis 1: Sikap wisatawan berpengaruh positif pada *revisit intention*.

Norma subjektif bergantung pada pandangan individu tentang bagaimana orang lain yang menjadi acuan (misalnya rekan kerja, keluarga dan teman) untuk menafsirkan perilaku (Abbasi et al., 2021). Hal ini menyiratkan bahwa individu akan akan merasakan tekanan komunal untuk membentuk suatu perilaku dan jika mereka percaya bahwa itu merupakan referensi penting maka dia akan menyetujui perilaku tersebut (Hasan et al., 2020). Norma subjektif secara signifikan mempengaruhi sikap wisatawan terhadap hotel ramah lingkungan dan proses keputusan kunjungan ulang mereka (Han & Kim, 2010). Hasil penelitian Meng dan Cui (2020) menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh positif pada *revisit intention*. Namun demikian, kelangkaan bukti empiris tentang pengaruh norma subjektif terhadap PBC wisatawan masih terlihat dalam literatur pariwisata. Norma subjektif memiliki pengaruh yang kuat pada perilaku kunjungan aktual individu (Hsu & Chen, 2018).

Hipotesis 2: Norma Subjektif berpengaruh positif pada *revisit intention*.

PBC didasari pada keyakinan seseorang untuk dapat berperilaku. Secara khusus, PBC merupakan faktor yang juga menjelaskan bagaimana individu dapat mempertimbangkan faktor manakah yang penting bagi mereka dalam berperilaku (Bianchi et al., 2017). PBC adalah persepsi dan keyakinan seseorang berpikir tentang tindakan yang mudah atau sulit dilakukan. (Japutra et al., 2019). Literatur yang ada tentang pilihan destinasi mengungkapkan efek penting dan konstruktif dari *perceived behavioral control* terhadap niat perilaku individu (Bianchi et al., 2017). Faktor-faktor seperti kemampuan, waktu, dan sumber daya sangat penting dalam memprediksi niat untuk melakukan suatu perilaku. *Perceived behavioral control* secara signifikan mempengaruhi niat kunjungan mereka ke suatu destinasi (Choo et al., 2016). Demikian pula,

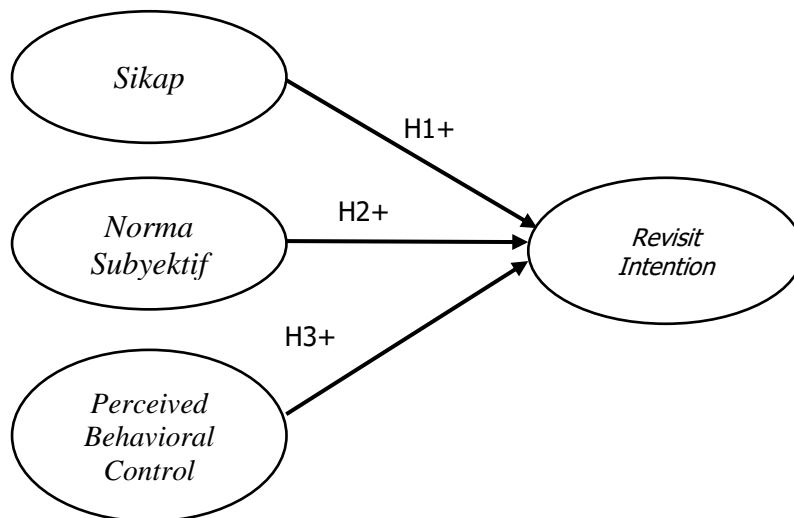
Jika wisatawan memiliki peluang dan akses yang besar maka kecenderungan mereka untuk berkunjung kembali sangat tinggi (Han & Kim, 2010). Norma subjektif dan *perceived behavioral control* juga memiliki dampak positif terhadap perilaku kunjungan aktual individu (Chen & Tung, 2014).

Hipotesis 3: *perceived behavioral control* berpengaruh positif pada *revisit intention*

2.3 Peran Pemerintah Terhadap Nilai Tukar

Gambar 1 di bawah ini menunjukkan model penelitian yang dikembangkan berdasarkan hipotesis yang telah diajukan sebelumnya.

Gambar1. Model Penelitian



3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif melalui survei kepada wisatawan di kota Ambon yang dilakukan pada tanggal 7 – 25 Mei 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah (1) mahasiswa yang melakukan perjalanan wisata pada obyek-obyek wisata di pulau Ambon; (2) berdomisili di kota Ambon. Selanjutnya, pengambilan sampel dilakukan melalui *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Kriteria bagi responden adalah mahasiswa yang berdomisili di kota Ambon dan pernah mengunjungi tempat wisata yang ada di pulau Ambon. Terdapat 141 orang yang menjadi responden dalam penelitian ini. Adapun pengukuran variabel dalam penelitian (1). Sikap wisatawan adalah keadaan psikologis terhadap pengalaman terhadap obyek wisata. Sikap wisatawan diukur melalui empat item yang disesuaikan dengan Meng & Cui (2020); (2) Norma subyektif adalah persepsi wisatawan terhadap keyakinan individu lain yang mempengaruhi niat. Norma subyektif ini diukur melalui lima item yang disesuaikan dengan Bianchi et al., (2017) dan Meng dan Cui (2020); (3) PBC adalah persepsi wisatawan yang berhubungan dengan kunjungan pada obyek wisata. PBC diukur melalui empat item yang disesuaikan dengan Abbasi et al., (2021) dan Bianchi et al., (2017); (4) *Revisit intention* adalah niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang pada suatu obyek wisata. Variabel *revisit intention* ini diukur melalui empat item yang disesuaikan dengan Abbasi et al., (2021) dan Japutra et al., (2019). Uji validitas dilakukan dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) sedangkan uji reliabilitas melalui *Corrected Item-Total Correlation* dan *Cronbach Alpha* (Hair et al., 2019). Pengujian hipotesis dilakukan melalui regresi berganda. Untuk mendukung pengujian regresi berganda dilakukan pengujian asumsi klasik. Selanjutnya persamaan regresi berganda adalah: $Y (\text{Revisit Intention}) = \alpha + \beta_1 \text{Sikap Wisatawan} + \beta_2 \text{Norma Subyektif} + \beta_3 \text{Perceived Behavioral Control} + \epsilon$.

4. Hasil dan Pembahasan

Terdapat 141 responden yang memenuhi syarat dan sesuai kriteria dalam penelitian ini yang terdiri dari 68 wanita atau 48,23% dan 73 laki-laki atau 51,77% dari total responden. Berdasarkan perguruan tinggi responden yang berasal dari Universitas Pattimura sebanyak 47 orang (33,33%), Politeknik Negeri Ambon 36 orang (25,33%), Universitas Darusalam 9 orang (6,38%) STIA Alazka Ambon 12

orang (8,51%), Universitas Kristen Indonesia Maluku 19 orang (13,48%), STIA Trinitas Ambon 11 orang (7,80%) dan Politeknik Kesehatan Kemenkes Maluku 7 orang (4,96%). Hasil pengujian validitas seperti yang terlihat pada Tabel 1 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid komponen masing-masing dan nilai *factor loading* (pemuatan faktor) diatas 0,5.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas

Item Pertanyaan	Pemuatan Faktor			Keterangan	
skp1		.653		valid	
skp2		.817		valid	
skp3		.813		valid	
skp4		.855		valid	
nor1	.812			valid	
nor2	.704			valid	
nor3	.680			valid	
nor4	.652			valid	
nor5	.722			valid	
pbc1			.655	valid	
pbc2			.725	valid	
pbc3			.711	valid	
pbc4			.719	valid	
ri1				.835	valid
ri2				.630	valid
ri3				.686	valid
ri4				.773	valid

Sumber: Hasil Pengujian (2023).

Selanjutnya hasil pengujian reliabilitas yang ditunjukkan pada Tabel 2. menunjukkan semua variabel reliabel yang mana *Corrected Item-Total Correlation* (> 0,5) dan *Cronbach Alpha* lebih besar 0,7.

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas.

Variabel	Item Pertanyaan	Uji Reliabilitas		Keterangan
		Corrected Item- Total Correlation	Cronbach Alpha	
Sikap Wisatawan	skp1	.515	0,816	Reliabel
	skp2	.666		
	skp3	.668		
	skp4	.712		
Norma Subyektif	nor1	.647	0,784	Reliabel
	nor2	.554		
	nor3	.598		
	nor4	.530		
	nor5	.585		
Perceived Behavioral Control	pbc1	.572	0,709	Reliabel
	pbc2	.493		
	pbc3	.547		
	pbc4	.578		
Revisit Intention	ri1	.579	0,788	Reliabel
	ri2	.609		
	ri3	.576		

Variabel	Item	Uji Reliabilitas		Keterangan
	ri4	.625		

Sumber: Hasil Pengujian (2023).

Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskadasitas.

Hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam regresi terdistribusi secara normal yang mana nilai probabilitas sebesar 0,435 atau diatas 0,05. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pengujian Normalitas

		Unstandardized Residual
N		141
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.29663199
	Absolute	.073
Most Extreme Differences	Positive	.073
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.871
Asymp. Sig. (2-tailed)		.435

Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi diantara variabel independen yang ditunjukkan melalui nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* lebih besar dari 10.

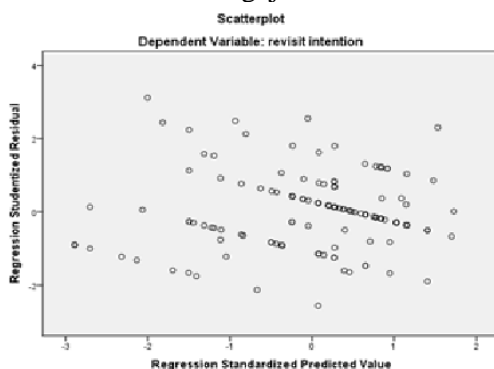
Tabel. 4. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	<i>Variance Inflation Factor</i>
Sikap Wisatawan	0,773	1,294
Norma Subyektif	0,741	1,349
PBC	0,937	1,057

Sumber: Hasil Pengujian (2023).

Hasil Pengujian heteroskadasitas menunjukkan bahwa scatterplot tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di atas atau bawah angka nol. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskadasitas.

Gambar 2. Hasil Pengujian Heteroskadasitas



Selanjutnya gambaran variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 5. di bawah ini melalui hasil pengujian statistik deskriptif variabel penelitian.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Indikator	Rerata	Standar Deviasi
Sikap Wisatawan		3,7677	0,41258
	Skp1	3.87	.533
	Skp2	3.72	.536
	Skp3	3.70	.517
	Skp4	3.64	.613
Norma Subyektif		4,0199	0,41837
	Nor1	4.45	.603
	Nor2	4.12	.500
	Nor3	4.08	.508
	Nor4	4.04	.454
	Nor5	3.93	.502
PBC		3,7305	0,37805
	Pbc1	3.94	.475
	Pbc2	3.69	.509
	Pbc3	3.66	.583
	Pbc4	3.56	.539
Revisit Intention		3,8457	0,40384
	Ri1	3.88	.527
	Ri2	3.79	.545
	Ri3	3.86	.487
	Ri4	3.80	.563

Sumber: Hasil Pengujian (2023).

Tabel 6 di bawah ini menunjukkan secara lengkap rekapitulasi hasil pengujian hipotesis yang dilakukan melalui regresi berganda.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis.

	Hipotesis	β	t-hit	Sig.	Keterangan
1	<i>Sikap wisatawan berpengaruh positif terhadap Revisit Intention</i>	0,275	3,939	0,000	Hipotesis 1 diterima
2:	<i>Norma subyektif berpengaruh positif terhadap Revisit Intention</i>	0,334	4,748	0,000	Hipotesis 2 diterima
3:	<i>Perceived Behavioral Control berpengaruh positif terhadap Revisit Intention</i>	0,323	4,670	0,000	Hipotesis 3 diterima

Sumber: Hasil Penelitian (diolah, 2023).

Hasil pengujian menunjukkan nilai F sebesar 38,976 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan sikap wisatawan, norma subyektif dan PBC berpengaruh pada revisit intention. Hasil pengujian secara simultan melalui Uji F dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji F.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.514	3	3.505	38.976	.000 ^b
	Residual	12.319	137	.090		
	Total	22.832	140			

Sumber: Hasil Penelitian (diolah, 2023).

Hasil pengujian regresi melalui koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen (sikap wisatawan, norma subyektif dan PBC) mempunyai pengaruh sebesar 46%, sedangkan 54% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Pengujian Koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.460	.449	.29986

Sumber: Hasil Penelitian (diolah, 2023).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa sikap wisatawan memiliki pengaruh yang positif terhadap *revisit intention*. Hal ini dinyatakan melalui nilai β sebesar 0,275, t-hitung 3,939 serta nilai probabilitas/signifikansi 0,000 yang berarti **hipotesis 1 diterima**. Hasil ini sangat bersesuaian dengan studi Meng dan Cui (2020) dan Soliman, (2021) yang menemukan bahwa sikap wisatawan merupakan prediktor kuat bagi seseorang untuk melakukan kunjungan kembali pada suatu obyek wisata. Sejalan dengan itu hubungan terdapat hubungan positif antara sikap dan niat untuk mengunjungi destinasi wisata (Han & Kim, 2010). Hasil ini mengindikasikan bahwa ketika wisatawan memiliki sikap yang positif pada suatu obyek wisata maka kecenderungan mereka untuk berkunjung kembali sangat tinggi yang nantinya dapat diwujudkan dengan perilaku aktual mereka dikemudian hari untuk mengunjungi kembali.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa norma subyektif memiliki pengaruh yang positif pada *revisit intention*. Hal tersebut dapat dilihat melalui nilai β sebesar 0,334, t-hitung 4,748 serta nilai probabilitas/signifikansi 0,000 yang berarti **hipotesis 2 diterima**. Hasil penelitian ini bersesuaian dengan studi sebelumnya oleh Soliman (2021). Hasil ini menunjukkan persepsi responden sangat kuat dipengaruhi oleh tekanan sosial apakah itu dari rekan, keluarga, sahabat atau orang-orang terdekat untuk kemudian mereka memiliki niat untuk berperilaku yang dalam hal ini adalah niat berkunjung kembali ke tempat wisata yang sebelumnya pernah dikunjungi. Abbasi et al., (2021) menjelaskan bahwa norma subyektif memiliki peran dalam membentuk persepsi individu untuk melakukan perilaku tertentu. Ketika seseorang yang memiliki keyakinan karena adanya faktor tekanan sosial dari lingkungan sekitarnya maka kecenderungan berperilaku akan semakin kuat. Hal ini membuktikan bahwa norma subyektif memiliki dampak yang kuat bagi seseorang dalam memutuskan untuk mengunjungi kembali lokasi wisata yang ada. Keyakinan dan harapan seseorang terhadap pihak terdekat sangat berdampak pada pembentukan perilaku mereka.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa PBC memiliki pengaruh positif pada *revisit intention*. Hal ini dinyatakan melalui nilai β sebesar 0,323, t-hitung 4,670 serta nilai probabilitas/signifikansi 0,000

yang berarti **hipotesis 3 diterima**. Hasil penelitian ini didukung dan bersesuaian dengan studi yang dilakukan oleh Abbasi et al., (2021) serta Meng dan Cui (2020). Pada dasarnya PBC mengacu pada keyakinan diri dari wisatawan maka mereka memiliki niat untuk berperilaku di kemudian hari sesuai dengan apa yang diinginkan termasuk mengunjungi lokasi wisata yang pernah dikunjungi sebelumnya. Hal ini dipengaruhi oleh persepsi individu yang baik tentang obyek wisata sangat meyakinkan sehingga sulit dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bisa membatasi perilaku mereka. Dengan demikian maka wisatawan yang memiliki kontrol terhadap perilaku mereka akan melakukan kunjungan ulang pada sebuah obyek wisata yang pernah dikunjungi sebelumnya.

5. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan TPB juga dapat diaplikasikan saat memprediksi niat wisatawan mengunjungi lokasi wisata. Ketiga hipotesis yang diajukan terdukung dan mengindikasikan bahwa sikap wisatawan, norma subyektif dan PBC merupakan prediktor kuat bagi niat untuk mengunjungi kembali (*revisit intention*). Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas *Theory of Planned Behavior* dengan menambah variabel-variabel baru sebagai antesenden dari sikap wisatawan, norma subyektif dan PBC yang diharapkan dapat memperkuat posisi TPB pada penelitian tentang pariwisata.

6. Daftar Pustaka

- Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding the intention to revisit a destination by expanding the theory of planned behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>
- Bianchi, C., Milberg, S., & Cúneo, A. (2017). Understanding travelers' intentions to visit a short versus long-haul emerging vacation destination: The case of Chile. *Tourism Management*, 59(April), 312–324. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.013>
- Chen, M. F., & Tung, P. J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>
- Choo, H., Ahn, K., & Petrick, J. F. (2016). An integrated model of festival revisit intentions: Theory of planned behavior and festival quality/satisfaction. In *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Vol. 28, Issue 4). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2014-0448>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Han, H., & Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 659–668. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.01.001>
- Hasan, K., Abdullah, S. K., Islam, F., & Neela, N. M. (2020). An Integrated Model for Examining Tourists' Revisit Intention to Beach Tourism Destinations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 21(6), 716–737. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1740134>
- Hasan, M. K., Abdullah, S. K., Lew, T. Y., & Islam, M. F. (2019). The antecedents of tourist attitudes to revisit and revisit intentions for coastal tourism. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 13(2), 218–234. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-11-2018-0151>
- Hsu, C. L., & Chen, M. C. (2018). How gamification marketing activities motivate desirable consumer behaviors: Focusing on the role of brand love. *Computers in Human Behavior*, 88(June), 121–133. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.037>
- Japutra, A., Loureiro, S. M. C., Molinillo, S., & Ekinci, Y. (2019). Travellers' mindsets and theory of planned behaviour. *Tourism Management Perspectives*, 30(November 2018), 193–196. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.02.011>
- Meng, B., & Choi, K. (2018). An investigation on customer revisit intention to theme restaurants: the role of servicescape and authentic perception. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1646–1662.
- Meng, B., & Cui, M. (2020). The role of co-creation experience in forming tourists' revisit intention

- to home-based accommodation: Extending the theory of planned behavior. *Tourism Management Perspectives*, 33(March 2019), 100581. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100581>
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., & Ali, F. (2019). Why should hotels go green? Insights from guests experience in green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 81(April), 169–179. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.04.022>
- Soliman, M. (2021). Extending the Theory of Planned Behavior to Predict Tourism Destination Revisit Intention. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 22(5), 524–549. <https://doi.org/10.1080/15256480.2019.1692755>

Acknowledgement

Penelitian ini didanai oleh Watase Uake (<http://watase.web.id>). Terima Kasih untuk Dr. Lilik Wahyudi, SE., M.Si selaku Founder dan Project Leader Watase Uake.

Copyright Disclaimer

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.