

DESTINATION ATTRACTIVENESS AS A PREDICTOR OF BEHAVIORAL INTENTION WITH THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB) APPROACH

DESTINATION ATTRACTIVENESS SEBAGAI PREDIKTOR BEHAVIORAL INTENTION DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB)

Wulan Isma Aulia Bilqis¹, Yadi Ernawadi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani^{1,2}

Wulanisma_21p371@mn.unjani.ac.id¹, yadi.ernawadi@lecture.unjani.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to test destination attractiveness as a predictor of behavioral intention with the theory of planned behavior (TPB) approach. The research method used is a survey method involving 140 respondents who have experience visiting Curug Cijalu. The data analysis technique used is structural equation modeling (SEM) using smartPLS version 3.0 software. Based on the results of hypothesis testing, it is found that accessibility and scenery have a positive effect on behavioral intention through attitude towards behavior, subjective norm, and perceived behavioral control. In addition, amenities have a positive effect on behavioral intention through attitude towards behavior. The novelty of this research to add destination attractiveness variables which are hypothesized to have a positive effect on behavioral intention. Researchers hope that the findings obtained can contribute to future researchers and Curug Cijalu managers in efforts to design strategies that can increase behavioral intention. Future researchers can consider exploring other factors that are thought to be able to predict behavioral intention.

Keywords: Destination Attractiveness, Attitude Towards Behavior, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Behavioral Intention

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji *destination attractiveness* sebagai prediktor *behavioral intention* dengan pendekatan *theory of planned behavior* (TPB). Penelitian ini menggunakan metode survei dengan melibatkan 140 responden yang berpengalaman mengunjungi Curug Cijalu. Teknik analisis data yang digunakan adalah *structural equation modelling* (SEM) dengan menggunakan perangkat lunak smartPLS versi 3.0. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa *accessibility* dan *scenery* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Selain itu, *amenities* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*. Kebaruan pada penelitian ini adalah dengan menambahkan variabel *destination attractiveness* yang dihipotesiskan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Peneliti berharap temuan yang diperoleh dapat berkontribusi bagi para peneliti di masa mendatang dan pengelola Curug Cijalu dalam upaya perancangan strategi yang bisa meningkatkan *behavioral intention*. Peneliti selanjutnya mampu mempertimbangkan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang diduga mampu memprediksi *behavioral intention*.

Kata Kunci: Destination Attractiveness, Attitude Towards Behavior, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Behavioral Intention

PENDAHULUAN

Aktivitas pekerjaan yang berulang dapat menyebabkan seseorang merasa tertekan karena menguras energi fisik serta mental (Packer, 2021). Dengan berwisata, seseorang dapat terlibat dalam aktivitas yang menyenangkan sehingga membantu mereka melepaskan diri dari tekanan tersebut (Muttaqin et al., 2024). Ada

berbagai tempat yang dapat ditentukan sebagai tujuan wisata yang akan dikunjungi, seperti wisata berbasis alam, budaya, hingga buatan (Nawang Sari et al., 2018). Wisata alam menjadi satu diantara jenis tujuan wisata yang didalamnya mempunyai daya tarik serta dianggap paling populer di kalangan publik (Purwihartuti & Milenia, 2022). Satu diantara jenis wisata dengan

kategori alam yang diminati wisatawan adalah air terjun yang keberadaannya menyebar merata disetiap sudut Jawa Barat, termasuk Kota Subang (Fitriyani, 2023).

Curug Cijalu adalah tujuan dari wisata alam yang menawarkan keindahan air terjun yang lokasinya di Desa Cipancar, Kecamatan Serangpanjang, Kota Subang, Jawa Barat (Syahghani, 2015). Curug Cijalu memanjakan pengunjung dengan kombinasi sempurna antara keindahan alam dan ketenangan, di mana dua curug setinggi kurang lebih 70 meter menjadi pusat perhatian, dikelilingi rimbunan pepohonan yang hijau dan hamparan kebun teh yang luas, menciptakan suasana yang asri (Fitriyani, 2023). Jumlah kunjungan rata-rata wisatawan ke Curug Cijalu hanya sebanyak 0,34% apabila disandingkan dengan keseluruhan wisatawan yang mendatangi objek wisata Kota Subang periode 2021 – 2023 (Manajemen Curug Cijalu, 2024 & Badan Pusat Statistik Kota Subang, 2024). Hal ini dapat mengindikasikan bahwa *behavioral intention* wisatawan ke Curug Cijalu lebih rendah dibandingkan dengan *behavioral intention* mereka untuk mengunjungi destinasi wisata lainnya di Kota Subang. Selaras atas hal terkait, penelitian ini direalisasikan guna memberikan saran kepada manajemen Curug Cijalu dalam upaya memahami berbagai faktor yang dapat meningkatkan *behavioral intention* wisatawan di masa yang akan datang.

Theory of planned behavior (TPB) sebagai *underpinning theory* dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan landasan kuat yang membantu peneliti dalam mengembangkan model konseptual. TPB merupakan penyempurnaan dari *theory of reasoned action* (TRA), sebuah teori yang pertama kali dikembangkan

oleh Ajzen & Fishbein pada tahun 1985. Kemudian Ajzen (1991) menyempurnakan teori terkait melalui penambahan konstruk baru yang sebelumnya tidak ditemukan di TRA, yaitu *perceived behavioral control*. TPB merupakan teori yang berasal dari disiplin ilmu psikologi, khususnya cabang psikologi sosial. Ketika merumuskan TRA, Fishbein dan Ajzen (1985) berasumsi bahwa sebagian besar perilaku cenderung berada di bawah kendali kehendak dan persepsi kendali juga kuat. Dengan kata lain, orang yang cenderung melakukan perilaku mempunyai kemampuan untuk melakukannya serta dapat dengan mudah mengendalikan diri untuk tidak melakukan perilaku tersebut apabila mereka memilih untuk tidak melakukannya. Oleh karena itu, perilaku harus menjadi fungsi langsung dari niat berperilaku. Kemudian diusulkan bahwa niat ditentukan oleh *attitude towards behavior* dan *subjective norm*. Ajzen (1991) menyadari bahwa ada keterbatasan pada TRA. Faktanya, perilaku memerlukan keterampilan dan pengetahuan tertentu atau memerlukan kerja sama dari orang lain dan mungkin menuntut kemampuan untuk mengatasi hambatan seperti kurangnya uang, waktu, atau sumber daya lainnya. TPB mengatakan bahwa tidak semua perilaku sepenuhnya dapat dikendalikan oleh individu. TPB dibangun di atas asumsi bahwa manusia tidak selalu bertindak secara rasional, tetapi niat dan perilaku mereka cenderung mengikuti keyakinan mereka secara wajar. Oleh karena itu, untuk alasan ini *perceived behavioral control* ditambahkan dan menjadikan TPB sebagai perkembangan dari TRA. Dalam TPB, faktor eksternal berpengaruh terhadap *attitude towards behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Faktor eksternal tersebut merujuk pada elemen-

elemen di luar diri individu seperti pengaruh lingkungan, termasuk akses dan lingkungan fisik. Baik buruknya faktor eksternal akan menciptakan sikap positif atau negatif individu terhadap perilaku, persepsi individu tentang persetujuan lingkungan sosial atas perilakunya, dan mempengaruhi sejauh mana individu merasa mampu melakukan tindakan tersebut. TPB digunakan sebagai *underpinning theory* oleh Amin (2019) pada penelitian di bidang *nature-based tourism* di Maluku, Indonesia. TPB digunakan juga oleh Jin et al., (2020) dalam ranah *ecotourism* di Guilin, China. TPB juga digunakan oleh Novianti et al., (2022) pada penelitian di bidang *smart tourism* di Bandung. Selanjutnya, TPB digunakan pada penelitian dalam bidang *heritage tourism* di China (Zhu et al., 2022). Sementara Siddiqui et al., (2023) menggunakan TPB dalam mengusulkan hipotesis penelitian dalam bidang *transformational tourism* di India. TPB digunakan pada penelitian di bidang *sport tourism* di Jepang (Ito, 2023). Selain itu, TPB juga digunakan pada penelitian dalam bidang *spiritual tourism* di Vietnam (Tham et al., 2024). Sejauh ini, TPB belum ditemukan dalam penelitian di bidang pemasaran pariwisata khususnya *waterfall tourism* sebagai *underpinning theory*.

Mukti & Ernawadi (2024) menginvestigasi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* wisatawan Pantai Pandansari. Capaian atas riset tersebut membuktikan *tourism destination image* mempunyai hubungan positif dengan *behavioral intention* melalui *environmental attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Hasil penelitian tersebut tidak dapat digeneralisasikan ke objek wisata alam lainnya seperti air terjun. Oleh karena itu, peneliti mengusulkan perluasan

objek yang dinilai dalam konteks wisata alam air terjun, yaitu Curug Cijalu. Selain itu penelitian tersebut mengangkat *tourism destination image* sebagai variabel independen yang menekankan pada pengukuran citra destinasi. Mengacu pada keterbatasan penelitian sebelumnya, maka peneliti mengusulkan *destination attractiveness* sebagai variabel independen yang dihipotesiskan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* yang terdiri dari dimensi *accessibility*, *amenities*, dan *scenery*. *Destination attractiveness* mengacu pada pandangan wisatawan akan suatu destinasi serta kecakapannya dalam memuaskan kebutuhan mereka (Mayo & Jarvis, 1982).

Ditemukan beberapa penelitian yang menggunakan model TPB sebagai *underpinning theory* dan mendeduksi faktor eksternal ke tingkat empirisasi sebagai variabel independen. Novianti et al., (2022) menggunakan *smart tourist technology* sebagai variabel independen pada penelitian di bidang *smart tourism* di Bandung. Selanjutnya, (Zhu et al., 2022) menggunakan variabel independen berupa *problem awareness* pada penelitian dalam bidang *heritage tourism* di China. Mukti & Ernawadi (2024) menggunakan *tourism destination image* sebagai variabel independen. Selain itu, faktor eksternal juga dideduksi ke tingkat empirisasi sebagai variabel independen berupa *tourism destination image*, *spiritual belief*, dan *reference groups influence* pada penelitian dalam bidang *spiritual tourism* di Vietnam (Tham et al., 2024). Sedangkan pada penelitian ini, konsep faktor eksternal dideduksi ke tingkat empirisasi sebagai variabel independen berupa *destination attractiveness* yang terdiri atas dimensi *accessibility*, *amenities*, dan *scenery* dalam konteks objek yang dinilai demi menunjang

keberlangsungan penelitian ini, yaitu Curug Cijalu di Subang. *Accessibility* didefinisikan dalam hal kemudahan atau kesulitan relatif yang dihadapi wisatawan untuk mencapai tujuan pilihan mereka (Middleton, 1989). *Amenities* adalah berbagai layanan dan fasilitas komersial yang ditawarkan kepada pengunjung untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka (Lee et al., 2010). Serta, *scenery* adalah aspek visual dan estetika dari suatu destinasi yang dapat menarik perhatian wisatawan (Middleton, 1989). Sementara itu, *attitude towards behavior* ditetapkan berlandaskan atas kepercayaan terkait dampak perilaku di mana terdapat evaluasi terhadap perilaku tertentu (Ajzen, 1991). *Subjective norm* yaitu pandangan seseorang terkait keterkaitan sosial pada dinamika pembentukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). *Perceived behavioral control* berlandaskan atas pandangan individu terkait kesulitan maupun kemudahan pada realisasi perilaku yang diinginkan (Ajzen, 1991). Dengan demikian, semakin baik *accessibility*, *amenities*, dan *scenery*, akan menyebabkan semakin kuatnya *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Oleh karena adanya hubungan sebab-akibat tersebut maka diusulkan hipotesis yang merupakan kebaruan yang peneliti usulkan sebagai berikut:

- H1: *accessibility* berpengaruh positif terhadap *attitude towards behavior*
 H2: *accessibility* berpengaruh positif terhadap *subjective norm*
 H3: *accessibility* berpengaruh positif terhadap *perceived behavioral control*
 H4: *amenities* berpengaruh positif terhadap *attitude towards behavior*

H5: *amenities* berpengaruh positif terhadap *subjective norm*

H6: *amenities* berpengaruh positif terhadap *perceived behavioral control*

H7: *scenery* berpengaruh positif terhadap *attitude towards behavior*

H8: *scenery* berpengaruh positif terhadap *subjective norm*

H9: *scenery* berpengaruh positif terhadap *perceived behavioral control*

Kemudian menurut TPB, *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* sebagai tiga faktor utama yang akan membentuk niat seseorang terhadap perilaku (Ajzen, 1991). Mengacu pada TPB, niat seseorang terhadap perilaku diekuksi pada tingkat empirisasi sebagai variabel dependen berupa *behavioral intention* yang didefinisikan sebagai pengukuran akan rencana keterlibatan suatu individu pada pembentukan perilaku di waktu mendatang (Warshaw & Davis, 1985). *Behavioral intention* ialah suatu bentuk kesiapan dalam merealisasikan kegiatan kunjungan kembali ke suatu lokasi yang pernah didatangi sebelumnya serta berupaya untuk mempengaruhi individu lain untuk turut merealisasikan hal serupa (Caroline, 2021). Siddiqui et al., (2023) menunjukkan bahwa *behavioral intention* terpengaruh secara positif oleh *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* dalam bidang *transformational tourism* di India. Oleh karena itu, semakin baik ketiga hal tersebut maka semakin kuat *behavioral intention*. Adanya hubungan sebab-akibat di antara variabel tersebut melandasi diusulkannya hipotesis sebagai berikut:

- H10: *attitude towards behavior* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

H11: *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

H12: *perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh tiga faktor utama yaitu *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Faktor eksternal berpengaruh secara tidak langsung terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Ditemukan beberapa penelitian yang menggunakan model TPB sebagai *underpinning theory* dan mendeduksi *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* ke tingkat empirisasi sebagai variabel intervening. Jin et al., (2020) dalam ranah *ecotourism* di Guilin China mendeduksi ke tingkat empirisasi sebagai variabel intervening berupa *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Selanjutnya, Novianti et al., (2022) menggunakan variabel intervening berupa *tourist attitude*, *tourist perceived behavioral*, dan *tourist beliefs and subjective norms* dalam bidang *smart tourism* di Bandung. Dengan demikian *attitude towards behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* diduga memediasi hubungan antara pengaruh *accessibility*, *amenities*, dan *scenery* terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan proposisi tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik peran mediasi *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived*

behavioral control, maka semakin kuat pengaruh *accessibility*, *amenities*, dan *scenery* terhadap *behavioral intention*. Oleh karena adanya hubungan sebab-akibat tersebut maka diusulkan hipotesis yang merupakan kebaruan yang peneliti usulkan sebagai berikut:

H13: *attitude towards behavior* berperan memediasi pengaruh *accessibility* terhadap *behavioral intention*

H14: *subjective norm* berperan memediasi pengaruh *accessibility* terhadap *behavioral intention*

H15: *perceived behavioral control* berperan memediasi pengaruh *accessibility* terhadap *behavioral intention*

H16: *attitude towards behavior* berperan memediasi pengaruh *amenities* terhadap *behavioral intention*

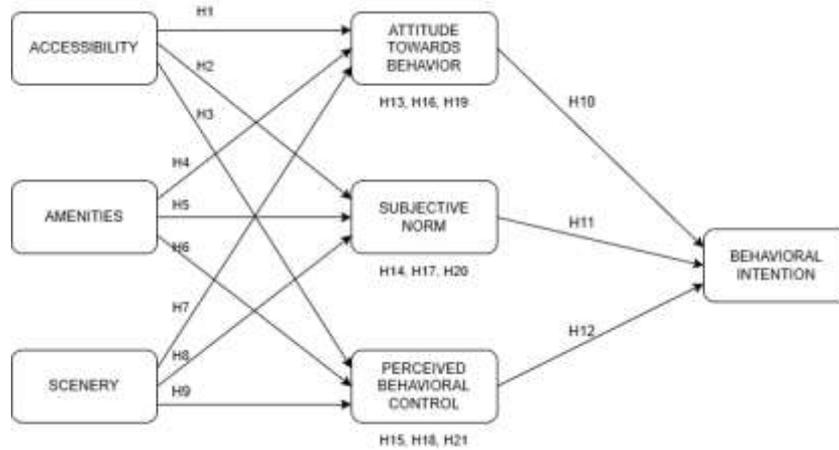
H17: *subjective norm* berperan memediasi pengaruh *amenities* terhadap *behavioral intention*

H18: *perceived behavioral control* berperan memediasi pengaruh *amenities* terhadap *behavioral intention*

H19: *attitude towards behavior* berperan memediasi pengaruh *scenery* terhadap *behavioral intention*

H20: *subjective norm* berperan memediasi pengaruh *scenery* terhadap *behavioral intention*

H21: *perceived behavioral control* berperan memediasi pengaruh *scenery* terhadap *behavioral intention*



Gambar 1. Model Konseptual

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan metode survei sebagai metode riset yang diterapkan. Metode survei merupakan metode riset yang dilakukan dengan cara melakukan pengumpulan data dari sampel menggunakan alat bantu kuesioner dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat dan melakukan pengujian pada hipotesis

(Effendi & Tukiran, 2012). Riset ini telah berhasil melewati uji validitas serta reliabilitas yang dilakukan dengan merealisasikan pengukuran terhadap *outer model* yakni *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

Tabel 1. Nilai Loading Factor dan Composite Reliability

PERNYATAAN	LOADING FACTOR	COMPOSITE RELIABILITY
Accessibility (AC)		
Informasi mengenai rute menuju Curug Cijalu mudah diakses	0,843	
Akses jalan menuju Curug Cijalu aman untuk dilalui kendaraan	0,897	0,901
Jalur pejalan kaki menuju lokasi curug aman dilalui	0,860	
Amenities (AM)		
Toilet di Curug Cijalu terawat	0,790	
Tersedia tempat parkir bagi wisatawan di curug Cijalu	0,836	
Terdapat warung yang mudah dijangkau di lokasi Curug Cijalu	0,809	0,908
Tersedia camping ground yang dapat disewa oleh wisatawan	0,808	
Terdapat rambu-rambu peringatan untuk memberikan peringatan keselamatan kepada wisatawan	0,829	
Scenery (SC)		
Pemandangan kebun teh di perjalanan menuju Curug Cijalu asri	0,859	
Air terjun di Curug Cijalu indah	0,904	0,907
Area di sekitar Curug Cijalu bersih	0,859	
Attitude Towards Behavior (ATB)		
Saya yakin mengunjungi Curug Cijalu adalah aktivitas yang menyenangkan	0,861	0,879

Saya yakin mengunjungi Curug Cijalu adalah aktivitas yang bernilai	0,845	
Saya yakin mengunjungi Curug Cijalu adalah aktivitas yang memuaskan	0,818	
Subjective Norm (SN)		
Saya yakin orang-orang terdekat saya memberikan dukungan atas pilihan mengunjungi Curug Cijalu	0,881	0,880
Saya yakin orang-orang terdekat saya menunjukkan persetujuannya atas pilihan saya mengunjungi Curug Cijalu	0,892	
Perceived Behavioral Control (PBC)		
Saya merasa percaya diri untuk mengunjungi Curug Cijalu	0,839	
Saya merasa nyaman merencanakan perjalanan ke Curug Cijalu	0,913	0,902
Saya merasa tidak ada hal yang menghalangi saya untuk berwisata ke Curug Cijalu	0,853	
Behavioral Intention (BI)		
Saya ingin berkunjung kembali ke Curug Cijalu	0,803	
Saya akan merekomendasikan Curug Cijalu ke orang lain	0,877	0,878
Saya akan menceritakan hal-hal positif kepada orang lain atas pengalaman saya berkunjung ke Curug Cijalu	0,838	

Sumber: Output SEM- PLS versi S 3.0 (Data Primer, 2024)

Dari data yang tertera pada tabel 1 ditemukan setiap indikator membuktikan *loading factor* $\geq 0,70$ yang artinya setiap indikator dapat berfungsi sebagai ukuran untuk masing-

masing variabel. Seluruh variabel terbukti dapat menyumbang capaian yang konsisten sebagaimana terlihat dari *composite reliability* yang lebih besar dari 0,70.

Tabel 2. Nilai Cross Loading

	<i>Accessibility (AC)</i>	<i>Amenities (AM)</i>	<i>Scenery (SC)</i>	<i>Attitude Towards Behavior (ATB)</i>	<i>Subjective Norm (SN)</i>	<i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i>	<i>Behavioral Intention (BI)</i>
AC.1	0,843	0,688	0,776	0,748	0,75	0,781	0,787
AC.2	0,897	0,665	0,753	0,755	0,777	0,814	0,773
AC.3	0,860	0,596	0,741	0,699	0,792	0,768	0,759
AM.1	0,608	0,790	0,618	0,640	0,622	0,617	0,618
AM.2	0,565	0,836	0,537	0,588	0,554	0,554	0,559
AM.3	0,641	0,809	0,575	0,678	0,614	0,614	0,616
AM.4	0,627	0,808	0,579	0,623	0,615	0,612	0,615
AM.5	0,604	0,829	0,586	0,637	0,603	0,621	0,641
SC.1	0,727	0,624	0,859	0,763	0,844	0,818	0,824
SC.2	0,803	0,631	0,904	0,721	0,883	0,850	0,850
SC.3	0,758	0,613	0,859	0,700	0,817	0,798	0,795
ATB.1	0,748	0,617	0,742	0,861	0,733	0,764	0,781
ATB.2	0,708	0,686	0,673	0,845	0,712	0,710	0,710
ATB.3	0,680	0,668	0,687	0,818	0,687	0,704	0,701
SN.1	0,796	0,661	0,850	0,728	0,881	0,835	0,811

SN.2	0,785	0,651	0,870	0,769	0,892	0,864	0,873
PBC.1	0,780	0,632	0,774	0,731	0,788	0,839	0,808
PBC.2	0,817	0,653	0,864	0,788	0,875	0,913	0,878
PBC.3	0,771	0,651	0,813	0,730	0,834	0,853	0,826
BI.1	0,724	0,658	0,746	0,709	0,754	0,753	0,803
BI.2	0,781	0,655	0,835	0,746	0,855	0,859	0,877
BI.3	0,740	0,580	0,790	0,736	0,782	0,814	0,838

Sumber: Output SEM- PLS versi S 3.0 (Data Primer, 2024)

Nilai *cross loading* menunjukkan jumlah hubungan keterikatan seluruh variabel terukur dan seluruh variabel yang diukur berbeda dalam model yang sama. Dari data di atas diketahui validitas diskriminan instrumen penelitian terbukti baik karena hubungan antara variabel yang diukur lebih besar daripada hubungan antara variabel

terukur dengan variabel yang diukur lainnya (Hair et al., 2021).

Selanjutnya, dalam evaluasi berikut, dilakukan perbandingan antara korelasi konstruk dan nilai akar AVE. Yamin & Kurniawan (2011) menyarankan bahwa keterkaitan yang tercipta antara konstruk semestinya tidak kurang dari nilai akar AVE.

Tabel 3. Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE

Variabel	AVE	Akar kuadrat AVE
<i>Accessibility</i>	0,752	0,867
<i>Amenities</i>	0,664	0,815
<i>Scenery</i>	0,764	0,874
<i>Attitude Towards Behavior</i>	0,708	0,841
<i>Subjective Norm</i>	0,785	0,886
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0,755	0,869
<i>Behavioral Intention</i>	0,705	0,840

Sumber: Output SEM- PLS versi S 3.0 (Data Primer, 2024)

Tiap kontruksi menunjukkan bahwa nilai AVE >0,50 sehingga model riset ini dapat dinyatakan mempunyai *discriminant validity* yang lebih kuat.

Kemudian, *effect size* dapat dilihat dengan menggunakan nilai *f-square* yang dimanfaatkan guna menggambarkan seberapa besar kekuatan pengaruh variabel prediktor pada variabel terikat menggunakan kriteria yang telah diklasifikasikan

sebagai berikut: jika nilai *f-square* < 0,02 maka hasilnya tidak ada pengaruh, nilai *f-square* > 0,02-0,15 pengaruh kecil, nilai *f-square* > 0,15-0,35 pengaruh sedang dan nilai *f-square* > 0,35 pengaruh besar (Hardisman, 2021). Hasil nilai *f-square* dapat dilihat pada tabel 4 yang menunjukkan kesinambungan dengan nilai koefisien jalur.

Tabel 4. F-Square

	AC	AM	SC	ATB	SN	PBC	BI
AC				0,119	0,105	0,284	
AM				0,165	0,03	0,019	
SC				0,116	3,023	1,044	
ATB							0,068
SN							0,118

PBC	0,401
BI	

Sumber: Output SEM- PLS versi S 3.0 (Data Primer, 2024)

Goodness of fit (GoF) yaitu pengukuran dengan tujuan untuk melihat seberapa besar hasil kombinasi *outer model* dan *inner model*. Menurut Cohen (1988), nilai GoF dapat disimpulkan dengan beberapa kriteria yaitu nilai 0,1 (GoF kecil), 0,25 (GoF *moderate*) dan 0,36 (GoF besar) dengan nilai GoF ada di antara 0-1.

Tabel 5. Goodness of Fit (GoF)

	AVE	R-square
<i>Accessibility</i>	0,752	
<i>Amenities</i>	0,664	
<i>Scenery</i>	0,764	
<i>Attitude Towards Behavior</i>	0,708	0,789
<i>Subjective Norm</i>	0,785	0,952
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0,755	0,919
<i>Behavioral Intention</i>	0,705	0,942
Rata-rata	0,733	0,901

Sumber: Output SEM- PLS versi S 3.0 (Data Primer, 2024)

$$\text{Nilai Gof} = \sqrt{\text{rata-rata AVE} \times \text{rata-rata R-square}}$$

$$\text{Nilai Gof} = \sqrt{0,733 \times 0,901}$$

$$\text{Nilai Gof} = 0,813$$

Dapat diketahui perhitungan nilai GoF yaitu 0,813, ini membuktikan bahwa perform a keseluruhan *outer model* dan *inner model* dalam riset ini dapat dikategorikan sebagai GoF besar. Evaluasi model struktural (*inner model*) yang dilakukan melalui pengujian *f-square* dan GoF telah terlihat bahwa model yang dibangun pada penelitian ini adalah akurat. Oleh karena itu, pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan memakai metode *bootstrapping* pada aplikasi SmartPLS.

Penelitian ini mengikutsertakan 140 wisatawan yang telah mengunjungi Curug Cijalu setidaknya satu kali sebagai responden dan memiliki usia minimal 17 tahun berlandaskan atas perolehan data empiris yang membuktikan bahwa mayoritas pendatang Curug Cijalu berasal dari kalangan remaja dan dewasa serta kelompok usia tersebut dinilai mempunyai tingkat kecakapan kognitif yang mumpuni guna mendorong keberlangsungan dalam menjawab seluruh pernyataan dalam kuesioner. Teknik pemilihan sampel yang diadopsi pada realisasi riset ini ialah *purposive sampling*, salah satu jenis metode dalam *nonprobability sampling*.

Tabel 6. Profil Responden

KETERANGAN	JUMLAH	
	ORANG	PRESENTASE
Jenis Kelamin		
Laki-laki	89	63,6%
Perempuan	51	36,4%
Usia		
17-25 tahun	59	42,1%
26-35 tahun	38	27,1%

36-54 tahun	37	26,4%
>45 tahun	6	4,3%
Domisili		
Kota Subang	117	83,6%
Kota Cimahi	5	3,6%
Kota Bandung	12	8,6%
Lainnya	6	4,2%
Pekerjaan		
Pelajar	11	7,9%
Mahasiswa	42	30%
PNS	38	27,1%
Pegawai Swasta	39	27,9%
Lainnya	10	7,1%

Sumber: Output SEM- PLS versi S 3.0 (Data Primer, 2024)

Pada penelitian ini, jenis data yang diadopsi guna menunjang keberlangsungan penelitian ialah data primer yang diperoleh dari pendatang Curug Cijalu. Berlandaskan periode durasi pada upaya perolehan data, penelitian yang tengah direalisasikan termasuk dalam kategori *one-shot*, karena pengumpulan data hanya sekali dalam kurun waktu sepekan dengan memanfaatkan kuesioner secara daring melalui *google forms*.

Data dianalisis memanfaatkan *structural equation modeling* (SEM) berbasis varians dengan berupaya mengadopsi bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Menu *model fit* pada SmartPLS digunakan sebagai pengukuran untuk melihat kecocokan model. Nilai *root mean square residual* (SRMR) pada riset ini adalah 0,056 dan 0,056 di mana nilai tersebut kurang dari 0,10 dan nilai *normal fit index* (NFI)

yaitu 0,739 dan 0,735 yang ada di antara angka 0,00-1,00. Dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini dikatakan cocok (*fit*) serta mampu untuk digunakan pada penelitian di waktu mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Temuan penelitian menyatakan bahwa model yang diajukan telah *fit*, sehingga dapat segera diadopsi sebagai landasan dalam merealisasikan pengujian hipotesis statistik menggunakan prosedur *bootstrapping* melalui perbandingan *t-statistic* atas *t-table* sebesar 1,65 serta membandingkan *p-value* atas nilai α 0,05 pada realisasi uji satu arah. Tabel berikut ini menyajikan hasil pengujian:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Statistik

DESKRIPSI HIPOTESIS	KOEFISIEN JALUR	T-STATISTIC	P-VALUE	KETERANGAN
H1 AC → ATB	0,349	0,114	0,001	Didukung
H2 AC → SN	0,157	3,309	0,001	Didukung
H3 AC → PBC	0,335	4,544	0,000	Didukung
H4 AM → ATB	0,286	3,255	0,001	Didukung
H5 AM → SN	0,058	1,684	0,046	Didukung
H6 AM → PBC	0,060	1,104	0,135	Tidak didukung
H7 SC → ATB	0,325	3,338	0,000	Didukung

H8	SC →SN	0,792	19,285	0,000	Didukung
H9	SC →PBC	0,606	7,924	0,000	Didukung
H10	ATB →BI	0,126	2,677	0,004	Didukung
H11	SN →BI	0,294	4,035	0,000	Didukung
H12	PBC →BI	0,574	6,476	0,000	Didukung
H13	AC →ATB → BI	0,044	2,059	0,020	Didukung
H14	AC →SN →BI	0,046	2,571	0,005	Didukung
H15	AC →PBC →BI	0,192	3,787	0,000	Didukung
H16	AM →ATB →BI	0,036	2,251	0,012	Didukung
H17	AM →SN →BI	0,017	1,466	0,072	Tidak didukung
H18	AM →PBC →BI	0,035	1,114	0,133	Tidak didukung
H19	SC →ATB →BI	0,041	1,720	0,043	Didukung
H20	SC →SN →BI	0,233	3,862	0,000	Didukung
H21	SC →PBC →BI	0,348	4,920	0,000	Didukung

Sumber: Output SEM- PLS versi S 3.0 (Data Primer, 2024)

Berlandaskan hasil uji hipotesis *accessibility* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*. Besarnya koefisien jalur yaitu 0,044. Temuan ini mempunyai arti bahwa kemudahan mengenai rute jalan, keamanan akses jalan, keamanan jalur pejalan kaki pada destinasi wisata Curug Cijalu berkontribusi pada timbulnya keyakinan wisatawan atas kunjungan yang menyenangkan, bernilai, dan memuaskan yang akan menimbulkan kesediaan wisatawan untuk berkunjung kembali, merekomendasikan kepada orang lain, dan menceritakan hal-hal positif atas Curug Cijalu kepada orang lain. Selanjutnya, *accessibility* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *subjective norm*. Besarnya koefisien jalur yaitu 0,046. Temuan ini memiliki arti bahwa kemudahan mengenai rute jalan, keamanan akses jalan, keamanan jalur pejalan kaki pada destinasi wisata Curug Cijalu berkontribusi pada timbulnya keyakinan wisatawan atas adanya dukungan dan persetujuan orang-orang terdekat atas kunjungan yang akan menimbulkan kesediaan wisatawan untuk berkunjung kembali,

merekomendasikan kepada orang lain, dan menceritakan hal-hal positif atas Curug Cijalu kepada orang lain. *Accessibility* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *perceived behavioral control*. Besarnya koefisien jalur yaitu 0,192. Temuan ini memiliki arti bahwa kemudahan mengenai rute jalan, keamanan akses jalan, keamanan jalur pejalan kaki pada destinasi wisata Curug Cijalu berkontribusi pada timbulnya rasa percaya diri wisatawan atas kunjungan, kenyamanan dalam perencanaan kunjungan, dan merasa tidak ada hal yang menghalangi kunjungan yang akan menimbulkan kesediaan wisatawan untuk berkunjung kembali, merekomendasikan kepada orang lain, dan menceritakan hal-hal positif atas Curug Cijalu kepada orang lain. Inferensi logis tersebut mendukung *theory of planned behavior* (TPB) sebagai *underpinning theory* di bawah postulat pertama dan kedua. Postulat pertamanya berbunyi faktor eksternal berpengaruh secara tidak langsung terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Sementara itu, postulat keduanya

berbunyi *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* sebagai tiga faktor utama yang akan membentuk niat seseorang terhadap perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian ini, *accessibility*, *amenities*, dan *scenery* merupakan proposisi pada tingkat empiris yang merujuk pada faktor eksternal. Sementara *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* sebagai tiga faktor utama yang akan membentuk niat seseorang terhadap perilaku. Inferensi logis ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Amin (2019), Jin et al., (2020), Novianti et al., (2022), Zhu et al., (2022), Ito (2023), dan Tham et al., (2024).

Berdasarkan hasil uji hipotesis *amenities* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*. Besarnya koefisien jalur yaitu 0,036. Temuan tersebut memiliki arti bahwa kebersihan toilet, ketersediaan tempat parkir, keterjangkauan warung, ketersediaan *camping ground* dan adanya rambu-rambu peringatan keselamatan pada destinasi wisata Curug Cijalu berkontribusi pada timbulnya keyakinan wisatawan atas kunjungan yang menyenangkan, bernilai, dan memuaskan yang akan menimbulkan kesediaan wisatawan untuk berkunjung kembali, merekomendasikan kepada orang lain, dan menceritakan hal-hal positif atas Curug Cijalu kepada orang lain. Inferensi logis tersebut mendukung *theory of planned behavior* (TPB) sebagai *underpinning theory* di bawah postulat pertama dan kedua. Postulat pertamanya berbunyi faktor eksternal berpengaruh secara tidak langsung terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Sementara itu, postulat keduanya

berbunyi *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* sebagai tiga faktor utama yang akan membentuk niat seseorang terhadap perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian ini, *accessibility*, *amenities*, dan *scenery* merupakan proposisi pada tingkat empiris yang merujuk pada faktor eksternal. Sementara *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* sebagai tiga faktor utama yang akan membentuk niat seseorang terhadap perilaku. Inferensi logis ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Amin (2019), Jin et al., (2020), Novianti et al., (2022), Zhu et al., (2022), Ito (2023), dan Tham et al., (2024).

Kemudian, *scenery* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*. Besarnya koefisien jalur yaitu 0,041. Temuan ini memiliki arti bahwa keasrian pemandangan alam, keindahan air terjun, dan kebersihan area sekitar Curug Cijalu berkontribusi pada timbulnya keyakinan wisatawan atas kunjungan yang menyenangkan, bernilai, dan memuaskan yang akan menimbulkan kesediaan wisatawan untuk berkunjung kembali, merekomendasikan kepada orang lain, dan menceritakan hal-hal positif atas Curug Cijalu kepada orang lain. Lalu, *scenery* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *subjective norm*. Besarnya koefisien jalur yaitu 0,233. Temuan ini memiliki arti bahwa keasrian pemandangan alam, keindahan air terjun, dan kebersihan area sekitar Curug Cijalu berkontribusi pada timbulnya keyakinan wisatawan atas adanya dukungan dan persetujuan orang-orang terdekat atas kunjungan ke Curug Cijalu yang akan menimbulkan kesediaan wisatawan untuk berkunjung kembali, merekomendasikan kepada orang lain, dan menceritakan hal-hal

positif atas Curug Cijalu kepada orang lain. Selain itu, *scenery* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *perceived behavioral control*. Besarnya koefisien jalur yaitu 0,348. Temuan ini memiliki arti bahwa keasrian pemandangan alam, keindahan air terjun, dan kebersihan area sekitar Curug Cijalu berkontribusi pada timbulnya rasa percaya diri wisatawan atas kunjungan, kenyamanan dalam perencanaan kunjungan, dan merasa tidak ada hal yang menghalangi kunjungan yang akan menimbulkan kesediaan wisatawan untuk berkunjung kembali, merekomendasikan kepada orang lain, dan menceritakan hal-hal positif atas Curug Cijalu kepada orang lain. Inferensi logis tersebut mendukung *theory of planned behavior* (TPB) sebagai *underpinning theory* di bawah postulat pertama dan kedua. Postulat pertamanya berbunyi faktor eksternal berpengaruh secara tidak langsung terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Sementara itu, postulat keduanya berbunyi *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* sebagai tiga faktor utama yang akan membentuk niat seseorang terhadap perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian ini, *accessibility*, *amenities*, dan *scenery* merupakan proposisi pada tingkat empiris yang merujuk pada faktor eksternal. Sementara *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* sebagai tiga faktor utama yang akan membentuk niat seseorang terhadap perilaku. Inferensi logis ini juga berperan sebagai pendukung atas capaian penelitian lampau yang berhasil direalisasikan Amin (2019), Jin et al., (2020), Novianti et al., (2022), Zhu et al., (2022), Ito (2023), dan Tham et al., (2024).

PENUTUP

Kesimpulan

Capaian riset membuktikan bahwa *accessibility* serta *scenery* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. *Amenities* juga ditemukan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* melalui *attitude towards behavior*.

Riset ini direalisasikan sebagai upaya pengembangan mendalam atas penelitian Mukti & Ernawadi (2024). Ketidaksamaan yang ditemukan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu berada di perluasan objek yang dinilai dalam konteks wisata alam air terjun, yaitu Curug Cijalu dan peneliti mengusulkan *destination attractiveness* sebagai variabel independen yang dihipotesiskan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* yang terdiri dari dimensi *accessibility*, *amenities*, dan *scenery*. Penelitian ini mempunyai keterbatasan atas penentuan sampel yang mengadopsi *purposive sampling* guna menunjang keberlangsungan penelitian yang merupakan bagian dari *nonprobability sampling* sehingga capaian atas penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan terhadap populasi. Berdasarkan hal tersebut, disarankan bahwa penelitian berikutnya dapat mengadopsi *probability sampling* guna memungkinkan generalisasi hasil penelitian pada populasi. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk mempelajari lebih jauh mengenai *theory of planned behavior* dan mengeksplorasi variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan *behavioral intention*.

Penelitian ini direalisasikan dengan tujuan dapat menyumbang pemecahan permasalahan *behavioral intention* wisatawan Curug Cijalu yang lebih rendah daripada *behavioral*

intention wisatawan ke destinasi lainnya di Kota Subang. Dengan demikian, hal ini menjadi perhatian bagi pengelola Curug Cijalu dalam berupaya memahami berbagai faktor yang mendorong peningkatan *behavioral intention* wisatawan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *behavioral intention* dipengaruhi oleh *accessibility* dan *scenery* melalui *attitude towards behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Selain itu juga dipengaruhi oleh *amenities* melalui *attitude towards behavior*. Maka dari itu, pengelola Curug Cijalu sebaiknya mengembangkan program yang relevan dengan *accessibility*, *amenities*, dan *scenery*.

Pertama, pengelola Curug Cijalu dapat membuat program yang berkaitan dengan *accessibility*. Ukuran *accessibility* yaitu mencakup kemudahan mengenai informasi rute jalan, keamanan akses jalan, dan keamanan jalur pejalan kaki. Dalam rangka meningkatkan *behavioral intention* wisatawan, program yang diusulkan untuk dirancang oleh pengelola Curug Cijalu adalah membuat program “*Smart Route*”, panduan rute interaktif berbasis teknologi seperti *website* atau aplikasi khusus destinasi wisata Curug Cijalu yang dilengkapi fitur navigasi dengan informasi rute terbaik menuju destinasi, estimasi waktu tempuh, dan informasi *real-time* mengenai kondisi jalan. Selain itu, tambahkan papan penunjuk arah yang tidak hanya berisi informasi rute tetapi juga elemen kreatif seperti infografik atau peta wisata yang memperkaya pengalaman wisatawan. Pengelola dapat membuat jalur pejalan kaki yang ramah lingkungan dengan menggunakan material alami seperti kayu, batu alam, dan pasir dengan menambahkan pagar pengaman di sepanjang jalur yang curam atau licin dan menambahkan pijakan *anti-slip* agar

dapat meningkatkan keamanan bagi wisatawan ketika sedang berjalan kaki.

Kedua, Pengelola Curug Cijalu memiliki peluang untuk mengembangkan program-program yang berfokus pada peningkatan *amenities*. Ukuran *amenities* yaitu mencakup kebersihan toilet, ketersediaan tempat parkir, keterjangkauan warung, ketersediaan *camping ground* dan rambu-rambu peringatan keselamatan. Dalam rangka meningkatkan *behavioral intention* wisatawan, program yang diusulkan untuk dirancang oleh pengelola Curug Cijalu adalah menerapkan sistem rotasi petugas kebersihan dengan penjadwalan rutin yang memastikan kebersihan toilet terjaga sepanjang waktu. Selain itu, pengelola Curug Cijalu dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dengan menyediakan fasilitas tambahan seperti cermin, sabun cuci tangan, dan tempat sampah tertutup di setiap bilik toilet.

Selanjutnya, mengimplementasikan sistem parkir pintar dengan bantuan aplikasi *mobile*, sehingga wisatawan dapat memesan tempat parkir dan membayar melalui aplikasi sebelum tiba di lokasi. Sistem ini memungkinkan pengelola untuk mengoptimalkan kapasitas parkir sesuai dengan prediksi kepadatan pengunjung berdasarkan data yang terkumpul. Pengelola Curug Cijalu dapat bekerja sama dengan UMKM lokal untuk menawarkan subsidi harga atau diskon khusus di warung yang ada di sekitar lokasi wisata. Misalnya, wisatawan yang membeli tiket masuk bisa mendapatkan voucher makan yang dapat digunakan di warung mitra dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu, pengelola Curug Cijalu dapat meningkatkan daya tarik *camping ground* dengan menawarkan paket *camping* yang sudah mencakup perlengkapan *camping* dasar seperti tenda, matras, dan lampu penerangan.

Paket ini dapat mencakup juga aktivitas pendukung seperti *stargazing* dengan alat seperti teleskop dan pemandu wisata yang ahli di bidang astronomi. Lalu pengelola Curug Cijalu dapat menyelenggarakan kampanye keselamatan dengan menggunakan rambu-rambu interaktif yang tidak hanya memberikan informasi dasar tetapi juga mengajak pengunjung untuk berpartisipasi. Misalnya, rambu yang dilengkapi dengan *QR code* yang mengarahkan pengunjung ke video atau materi edukatif mengenai cara berkunjung dengan aman, area-area berbahaya, serta prosedur darurat yang perlu diikuti.

Ketiga, pengelola Curug Cijalu dapat membuat program yang berkaitan dengan *scenery* yang ukurannya yaitu mencakup keasrian pemandangan kebun teh, keindahan air terjun, kebersihan area sekitar. Dalam rangka meningkatkan *behavioral intention* wisatawan, program yang diusulkan untuk dirancang oleh pengelola Curug Cijalu adalah pengelola dapat meningkatkan daya tarik kebun teh sebagai bagian dari perjalanan menuju Curug Cijalu dengan menambahkan fasilitas pandang (*viewpoint*) atau area foto yang aman tanpa mengganggu ekosistem sekitar. Selanjutnya, pengelola Curug Cijalu dapat mempertahankan keindahan air terjun dengan melakukan pemantauan rutin terhadap debit dan kualitas air, serta memastikan tidak ada aktivitas yang mencemari sumber air. Selain itu, tingkatkan pengalaman wisatawan dengan menambahkan fasilitas interpretasi seperti papan informasi edukatif mengenai ekosistem air terjun, sejarah kawasan, dan manfaat pelestarian air terjun. Disamping itu, pengelola perlu menegakkan sistem pengelolaan sampah yang dapat dicapai dengan cara menyediakan tempat sampah pada setiap titik strategis di

sekitar area Curug Cijalu. Untuk memaksimalkan efektivitas sistem ini, tempat sampah yang disediakan harus terbagi dengan jelas berdasarkan jenis sampah (organik dan anorganik) dan dilabeli dengan petunjuk yang mudah dipahami oleh pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From intention to action: a theory of planned behavior. In *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Amin, M. (2019). Model minat kunjungan wisata berdasarkan lingkungan fisik, sikap dan norma subyektif. *Public Policy*, 1 (1), 1-13
- Caroline, C. (2021). Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan dan behavioral intention. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 72–80.
- Cohen, J. (1988). Statistical power analysis for the behavioral science (2nd ed). *Lawrence Erlbaum Associates*.
- Effendi, & Tukiran. (2012). Metode Penelitian survey (revisi). LP3ES.
- Fitriyani, Y. (2023). Wisata alam penyejuk hati: daya tarik wisata Curug Cijalu di Kota Subang. *Simpati: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Bahasa*, 1(1), 21-31.
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)-Third Edition.
- Hardisman. (2021). Analisis partial least square structural equation

- modelling (PLS-SEM). *Bintang Pustaka Madani*.
- Ito, E. (2023). Predicting Japanese sport tourist behaviour: an extension of theory of planned behaviour with tourism ideal affect. *Journal of Sport & Tourism*, 27(3), 187–203. <https://doi.org/10.1080/14775085.2023.2234889>
- Jin, M. L., Choi, Y., Lee, C. K., & Ahmad, M. S. (2020). Effects of place attachment and image on revisit intention in an ecotourism destination: using an extended model of goal-directed behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18). <https://doi.org/10.3390/SU12187831>
- Lee, C. F., Huang, H. I., & Yeh, H. R. (2010). Developing an evaluation model for destination attractiveness: sustainable forest recreation tourism in Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 811–828. <https://doi.org/10.1080/09669581003690478>
- Mayo, E. J., & Jarvis, L. p. (1982). The psychology of leisure travel: effective marketing and selling of travel service. *The Psychology of Leisure Travel*.
- Middleton, V. (1989). Tourist marketing and management handbook. *London: Prentice-Hal*, 573-576.
- Mukti, W. H., & Ernawadi, Y. (2024). Pengaruh tourism destination image terhadap behavioral intention melalui environmental attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control wisatawan Pantai Pandasari. *Journal of Economic Business and Accounting (COSTING)*, 7(5): 1922-1937. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11983>
- Muttaqin, A., Oryza Sativa, P., & Dwi Kurniawan, E. (2024). Mengatasi stres melalui pariwisata dalam novel sunset in Weh Island karya Aida M.A. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 140–144. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i1.2663>
- Nawang Sari, D., Muryani, C., & Utomowati, R. (2018). Pengembangan wisata pantai Desa Watu Karung dan Desa Sendang Kabupaten Pactan tahun 2017. *Jurnal GeoEco*, 4(1), 31–40.
- Novianti, S., Susanto, E., & Rafdinal, W. (2022). Predicting tourists' behaviour towards smart tourism: the case in emerging smart destinations. *Journal of Tourism Sustainability*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v2i1.30>
- Packer, J. (2021). Taking a break: exploring the restorative benefits of short breaks and vacations. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 2(1), 100006. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2020.100006>
- Purwihartuti, K., & Milenia, V. R. (2022). Evaluasi kinerja aset wisata alam berdasarkan attractiveness of camping tourism di Bumi Perkemahan Haruman Kabupaten Bandung. *Pondasi*, 27(1), 74. <https://doi.org/10.30659/pondasi.v27i1.21197>
- Siddiqui, S., Sujood, & Hamid, S. (2023). Applying the extended theory of planned behaviour (tpb) to predict behavioral intention in the context of transformational tourism: a case of Nizamuddin Shrine. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 11(2), 61–81.

<https://doi.org/10.21427/1K13-CS43>

- Syahghani, I. (2015). Syahghani, I. (2015). Strategi pengembangan atraksi wisata minat khusus hiking di Curug Cijalu Kabupaten Subang Jawa Barat. *Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Tham, H. T., Trang, B. T. Q., Phuong, V. T. H., & Huong, K. T. (2024). Factors affecting millennial generation's intention to choose spiritual tourism in Vietnam: the mediating role of attitude and motivation. *Geojournal of Tourism and Geosites* , 54(2), 860–871. <https://doi.org/10.30892/gtg.542sp110-1261>
- Warshaw, & Davis. (1985). The accuracy of behavioral intention versus behavioral expectation for predicting behavioral goals.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). Partial least square path modeling. *Salemba Infotek*.
- Zhu, P., Chi, X., Ryu, H. B., Ariza-Montes, A., & Han, H. (2022). Traveler pro-social behaviors at heritage tourism sites. *Frontiers in Psychology*, 13(June). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.901530>