

***MOUNTAIN CLIMBING ADVENTUROUS TOURISM: THE INFLUENCE OF BARRIERS, INTERNAL AND EXTERNAL MOTIVATION ON TRAVELER SATISFACTION***

**WISATA ADVENTUR PENDAKIAN GUNUNG: PENGARUH HAMBATAN, MOTIVASI INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN**

**Andhara Aurora Alnilam<sup>1</sup>, Haniek Listyorini<sup>2</sup>**  
STIEPARI, Semarang<sup>1,2</sup>

[Andhara.21530019@student.stiepari.ac.id](mailto:Andhara.21530019@student.stiepari.ac.id)<sup>1</sup>, [hanieklisyorini@stiepari.ac.id](mailto:hanieklisyorini@stiepari.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*Indonesia has more than 400 mountains stretching across various islands makes mountain climbing activities a popular adventure tour. All people and all ages love this mountain climbing activity even though it contains risks. This study aims to analyse the factors that cause the satisfaction of mountaineering tourists both in terms of the obstacles experienced, internal motivation and external motivation. The research method used a quantitative method approach by distributing questionnaires to mountaineering communities throughout Indonesia as many as 100 respondents. The results of the questionnaire were processed with SMART PLS version 3. The results of the study show that climbing obstacles have a negative and significant effect on tourist satisfaction, especially obstacles in climbing personal skills, internal and external motivation has a positive and significant influence on tourist satisfaction. The main motivation is the encouragement to climb mountains to be able to improve the skills and agility of mountain climbing. External motivation is mainly in terms of the urge to gain friendly social relationships with fellow mountaineers. This implies that as the hard adventure activity, in order for mountaineers to feel satisfied, they must be able to overcome obstacles both trying to improve their skills, maintain stamina and minimize risks, as well as carry out regular mountaineering activities to be more skilled, and can establish good relationships in climbing activities with fellow climbers.*

**Keywords:** *Adventure Participation Constraint, Tourist motivation, Tourist Satisfaction, Mountaineering.*

**ABSTRAK**

Kekayaan bumi Indonesia dengan 400 lebih gunung membentang di berbagai pulau menyebabkan kegiatan pendakian gunung di Indonesia merupakan wisata petualangan yang populer. Segala kalangan dan segala umur menyukai kegiatan pendakian gunung ini meskipun mengandung risiko. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor hambatan dan motivasi yang menjadi penyebab kepuasan wisatawan pendaki gunung, baik motivasi internal dan motivasi eksternalnya. Metode penelitian menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner pada komunitas pendaki gunung di seluruh Indonesia sebanyak 100 responden. Hasil kuesioner diolah dengan SMART PLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan pendakian berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan utamanya hambatan dalam keterampilan diri mendaki gunung. Motivasi internal dan eksternal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Motivasi internal utamanya adalah dorongan mendaki gunung untuk dapat meningkatkan keterampilan dan ketangkasan pendakian gunung. Motivasi eksternal yang dominan adalah dalam hal dorongan untuk mendapatkan hubungan sosial persahabatan dengan sesama pendaki gunung. Hal ini memberikan implikasi bahwa sebagai kegiatan hard adventure maka agar pendaki gunung merasakan kepuasan, mereka harus mampu mengatasi hambatan baik berupaya meningkatkan keterampilan, menjaga stamina dan meminimalisir risiko, serta melakukan kegiatan pendakian gunung secara berkala agar semakin terampil, dan dapat menjalin hubungan baik dalam kegiatan pendakian dengan sesama pendaki lainnya.

**Kata Kunci:** Hambatan Pendakian, Motivasi Wisatawan, Kepuasan Wisatawan, Pendakian Gunung.

**PENDAHULUAN**

Keindahan gunung di Indonesia menawarkan pemandangan indah bagi pendaki selama melakukan pendakian menuju puncak. Pemandangan alam

hijau hingga puncak di atas awan selalu mampu membuat pendaki ingin kembali mendaki gunung dan menikmati panorama indah ciptaan Yang Maha Kuasa. Umumnya, setiap pendaki selalu

merasakan pengalaman berbeda setiap kali melakukan perjalanan mendaki gunung. Faktor-faktor penentu yang beragam seperti jalur pendakian yang berbeda, interaksi dengan para pendaki lainnya, dan kondisi cuaca selalu menjadi cerita sendiri di setiap perjalanan.

Indonesia memiliki daya tarik wisata alam petualangan yang kuat, khususnya melalui potensi wisata gunung yang sangat besar, mengingat jumlah gunung di Indonesia mencapai lebih dari 400 buah. Keberagaman karakteristik gunung serta keindahan alam yang ditawarkan menjadikan wisata pendakian sebagai salah satu aktivitas yang diminati oleh berbagai kalangan. Deputi Bidang Produk dan Penyelenggaraan Event Kemenparekraf dalam acara *Indonesia Mountain Tourism Conference (IMTC) 2023* menyebutkan potensi wisata gunung di Indonesia luar biasa untuk dikembangkan dan dimajukan, sehingga bisa memberikan dampak signifikan kepada masyarakat sekitar (<https://travel.detik.com>).

Keindahan gunung ini menjadi daya tarik wisatawan untuk menjelajahi yang pada umumnya berada di kawasan taman nasional yang menawarkan kegiatan pendakian gunung (Fasandra et al., 2019). Data terkait pendakian gunung di Indonesia antara lain pada tahun 2014-2019, jumlah pendaki gunung mencapai 2.149.833 pendaki untuk Gunung Semeru, 1.223.230 pendaki untuk Gunung Gede, dan 3.373.063 pendaki untuk gunung Pangrango (Ridwanudin & Ahmad, 2022). Dalam satu bulan saja di bulan Juni 2023, sebanyak 4.349 pendaki asal Indonesia mendaki Taman Nasional Gunung Rinjani (<https://www.rinjaninationalpark.id>).

Wisata petualangan adalah jenis perjalanan yang menawarkan

pengalaman asli yang dikombinasikan dengan aktivitas fisik yang menuntut di berbagai tingkatan (Beard et al., 2012) Ini diklasifikasikan menjadi dua jenis "hard" dan "soft" (Mu & Nepal, 2016), dan mereka harus dipertimbangkan secara terpisah karena perbedaan tingkat risiko dan persyaratan keterampilan dan fisik yang berbeda (Beard et al., 2012; Bui & Kiatkawsin, 2020). Wisata petualangan kategori *hard adventure* melibatkan kegiatan berisiko tinggi yang seringkali membutuhkan aktivitas fisik yang lebih berat, dengan kegiatan khas termasuk mendaki gunung (Singgih, 2019; Chan et al., 2013). Studi ini meneliti motivasi wisata petualangan di daerah pegunungan dan pedesaan dan bertujuan untuk mengeksplorasi beberapa kesenjangan dalam literatur sebelumnya dengan menggabungkan perspektif yang berbeda.

Berbagai alasan motivasi mendorong seseorang melakukan pendakian gunung antara lain untuk rekreasi menikmati pemandangan alam, menikmati *sunrise* atau *sunset*, melepas penat, mencoba hal baru. Alasan untuk olahraga melatih tubuh, memperkuat tulang dan menjaga kebugaran. Alasan lainnya karena ingin mencari jati diri dengan menjelajah alam bebas, serta karena alasan ingin mendekatkan diri pada Tuhan, merenungkan perjalanan hidup menyadari kekuasaan Tuhan atas alam (Rahman et al., 2017). Sementara Galiakbarov et al. (2024) tentang motivasi kegiatan pendakian gunung antara lain karena ingin merasakan daya tarik utamanya yaitu kondisi alamiah. Hasil penelitian lain juga memperkuat daya tarik utama pendakian gunung terlihat pada keinginan untuk menyaksikan secara sisi *naturally* yaitu keindahan pemandangan saat matahari terbit, keindahan awan di puncak gunung, keindahan bentuk gunung, keindahan keanekaragaman hayati,

keanekaragaman dan keindahan landscape baik padang rumput, bukit, danau, hutan, Lembah, dan sisi *culturally*, memiliki keunikan budaya lokal, mengandung cerita mistis, adanya tradisi/kepercayaan lokal (Asmungi et al., 2024).

Beberapa hasil penelitian menjelaskan terdapat kompleksitas faktor motivasi di antara wisatawan pendakian gunung, terutama mereka yang mendaki secara teratur (Johnston & Edwards, 1994). Penelitian juga telah menunjukkan bagaimana motivasi berkembang seiring waktu tergantung pada karakteristik sosio-demografis pendaki gunung di samping kemampuan fisik dan mental mereka (Bratton et al. 1979). Boyes (2013) menunjukkan bahwa wisatawan dengan aktivitas petualangan berat pada kelompok usia senior lebih didorong oleh kesempatan untuk tetap bugar secara fisik dan bersosialisasi sementara wisatawan petualangan berat, sementara pendaki yang lebih muda tertarik dengan rasa kegembiraan dan sensasi mendaki gunung.

Teori motivasi lainnya menyebutkan, aktivitas pendakian gunung dimotivasi oleh faktor eksternal dan internal (Pomfret, 2006). Motivasi eksternal, atau 'faktor penarik, diwakili dengan elemen daya tarik alami lingkungan pegunungan atau kemudahan mengatur ekspedisi pendakian gunung (Carr, 2001). Motivasi eksternal berperan sangat penting untuk pendakian baru dan mencoba mendaki gunung yang baru, karena kebaruannya dapat mendorong pendaki gunung untuk terlibat dalam pengalaman pendakian baru tersebut (Pomfret & Bramwell, 2016).

Sementara motivasi internal, atau faktor pendorong, merupakan faktor yang lebih kompleks, elemennya antara lain kebutuhan akan pencapaian,

pelepasan emosi, dan pelarian (Houge Mackenzie & Kerr, 2012). Contoh motivasi internal lain adalah kebutuhan yang dirasakan untuk perbaikan kebugaran fisik (Janowski et al., 2021). Pendakian gunung adalah kegiatan berbasis keterampilan, dan pendakian secara teratur dapat membantu pendaki gunung dalam meningkatkan fisik mereka, menyempurnakan teknik pendakian gunung dan tebing, dan membangun daya tahan (Allen-Collinson et al., 2018). Motivasi internal lain adalah kebutuhan untuk menantang diri sendiri, secara fisik dan emosional selama menjalani pendakian.

Penelitian (Asmungi et al., 2024) mengemukakan segmentasi pasar pendakian gunung terdiri dari pendaki pemula (*Beginner Climber*), pendaki berpengalaman (*Experienced Climbers*), pendaki bertujuan untuk budaya dan sejarah (*Culture and History Lovers*), pendaki dalam segmen pencinta alam (*nature lovers*), serta pencinta fotografi dan video (*photographic/video enthusiast*). Lebih lanjut, pendaki gunung yang telah berpengalaman mungkin melihat pendakian sebagai pengejaran penguasaan yang berkelanjutan, dengan terlibat dalam pendakian secara teratur wisatawan pendakian gunung mencari tantangan baru untuk peningkatan fisik dan pertumbuhan pribadi, elemen kenikmatan atau kesenangan juga dapat menjadi motivasi internal penting lainnya (Pomfret, 2006). Pendakian bisa dinilai sebagai kegiatan yang menyenangkan, dan karenanya pendakian gunung dapat dilakukan secara teratur memberikan kesempatan bagi individu untuk menghidupkan kembali atau terhubung kembali dengan pengalaman pendakian masa lalu. Hubungan dengan alam dapat mewakili motif mendaki gunung (Crockett et al., 2022). Pendakian dapat dilakukan di

lokasi yang indah dan terpencil, sehingga memungkinkan pendaki gunung untuk menghargai keindahan alam, terhubung kembali dengan alam, dan merasakan kekaguman pada alam.

Selanjutnya, kebutuhan akan eksplorasi dapat memotivasi pendaki gunung berpengalaman, untuk mendaki gunung yang berbeda dan menemukan rute pendakian baru (Pomfret & Bramwell, 2016). Pendakian gunung secara teratur memberikan kesempatan untuk menjelajahi area pegunungan tertentu secara lebih rinci atau menemukan rencana perjalanan pendakian alternatif untuk mengejar penguasaan fisik dan mental, seperti di atas. Selanjutnya, hubungan sosial dapat mendorong pendakian gunung (Beedie & Hudson, 2003). Mendaki bisa menjadi kegiatan sosial, dan pendaki gunung dapat menikmati perasaan persahabatan yang terjadi selama pendakian dengan sekelompok individu yang berpikiran sama. Mendaki gunung juga memberikan kesempatan untuk bertemu orang baru dan membangun persahabatan baru. Terakhir, pendakian kelompok dapat memotivasi pendaki gunung untuk membandingkan kinerja fisik mereka sendiri dengan sesama pendaki (Krishnagopal, 2022). Dengan demikian, mendaki gunung secara teratur dapat membantu dalam melacak kemajuan fisik individu dan membandingkan kemampuan seseorang dengan orang lain. Wisatawan petualangan cenderung mencari manfaat atau *novelty* dari suatu aktivitas dan memiliki attitude yang akan mempengaruhi niat berpartisipasi dalam kegiatan adventure (Pranoto et al., 2024).

Terlepas dari seberapa besar motivasi seseorang, namun para pendaki perlu menyadari bahwa kegiatan wisata pendakian gunung adalah kegiatan petualangan *hard adventure* yang mengandung komponen risiko.

Pendakian gunung tidak dapat dipisahkan dengan risiko, karena risiko dapat muncul dari faktor-faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan. Sementara petualangan ringan (*soft adventure*) memiliki kecenderungan untuk memiliki risiko lebih kecil (Pomfret, 2006). Wisata pendakian gunung sebagai kategori petualangan keras menyiratkan pentingnya manajemen risiko dimana risiko perlu diantisipasi dengan cara mengidentifikasi sumber risiko dari alam, manusia, peralatan dan persediaan, kemungkinan terjadinya risiko, dampak risiko, pencegahan dan pengendalian risiko, dan pihak yang bertanggung jawab atas risiko. Sumber risiko menurut (Asmungi et al., 2024) meliputi: cuaca ekstrem, medan pendakian yang curam, jalur pendakian yang panjang, binatang dan tumbuhan liar, ketidak mampuan fisik dan stamina, kurang persiapan, kesalahan manusia.

Emosi dapat mewakili faktor penting dalam menjelaskan mengapa wisatawan pendakian gunung terlibat dalam pendakian berisiko secara teratur (Pomfret, 2012). Emosi seperti ketakutan, sensasi, dan kegembiraan telah ditetapkan sebagai motif untuk partisipasi berulang dalam pendakian gunung (Faillant et al., 2011). Lebih khusus lagi, antisipasi ketakutan diakui sebagai pendorong untuk wisata petualangan keras mengingat hubungannya dengan pelepasan adrenalin ketika seseorang menghadapi situasi berisiko.

Namun, pendaki gunung yang berpengalaman tidak selalu sengaja mencari pengalaman risiko, tetapi lebih tertarik oleh tantangan dan bagaimana mengurangi terjadinya risiko (Pomfret, 2006). Manajemen risiko dalam wisata pendakian gunung jauh lebih sulit dibandingkan dengan jenis petualangan keras lainnya. Oleh karena itu, pendaki

gunung secara sadar didorong untuk meminimalkan risiko sebagai sarana untuk mengurangi perasaan takut, sehingga membangun ketahanan emosional selama pendakian. Peningkatan ketahanan emosional dapat berkontribusi pada persepsi pendaki, sehingga menghasilkan efek positif kegiatan pendakian gunung terhadap kehidupan mereka sehari-hari (Pomfret et al., 2023)

Motivasi pendaki gunung berpengalaman telah diteliti melalui berbagai kajian teoritis, termasuk teori *self-determination* (Crockett et al., 2022), teori praktik sosial (Telford & Beames, 2015) dan *peak experience* (Pomfret & Bramwell, 2016). Namun diakui bahwa penelitian empiris tentang pendakian gunung yang masih sangat terbatas terutama motivasi wisatawan untuk melakukan petualangan berat atau *hard adventure*. Sehingga masih dibutuhkan penelitian yang mengeksplorasi pendekatan konsep-konsep lain yang dapat membantu ilmuwan dalam memahami motivasi pendaki gunung berpengalaman (Yeh et al., 2025).

Meskipun aktivitas petualangan pendakian gunung telah menjadi trend di berbagai negara namun penelitian apakah risiko akan menjadi satu-satunya kendala atau menjadi motivasi untuk pendaki gunung melakukan rekreasi petualangan masih kurang diteliti (Callander & Page, 2003). Penelitian terdahulu fokus pada pengaruh pengalaman terhadap persepsi risiko, individu yang berpengalaman memandang potensi terjadinya risiko lebih kecil dibandingkan pendaki tidak memiliki pengalaman. Hasilnya mengarah pentingnya edukasi manajemen risiko dalam pendakian gunung (Murakoshi & Mitsushita, 2024). Pendaki gunung yang berpengalaman menganggap pendakian sebagai kegiatan rutin dan panggilan hidup. Sehingga bagi

pendaki berpengalaman dapat ditawarkan aktivitas perjalanan pendakian yang baru. Keteraturan aktivitas pendakian membantu wisatawan menghidupkan kembali pengalaman pendakian mereka, untuk mencapai aktualisasi diri. Studi ini menunjukkan bahwa, bagi wisatawan petualangan keras bermakna dalam hidup mereka (Galiakbarov et al., 2024).

Untuk memahami respons individu terhadap risiko di pegunungan, maka aspek persepsi risiko perlu diteliti (Schneiderbauer et al., 2021). Hambatan atau risiko pendakian perlu dikaitkan dengan kepuasan wisatawan. Kepuasan sangat penting untuk semua kegiatan mencerminkan reaksi terhadap pengalaman, dan mempengaruhi keputusan untuk kembali melakukan aktivitas atau tidak (Kotler & Keller, 2016). Kepuasan wisatawan dalam berwisata merupakan hubungan antara harapan dan pengalaman, dan pengalaman yang menguntungkan akan mengarah pada respons positif, antara lain perilaku loyal. Dalam konteks pariwisata wisatawan dengan kepuasan tinggi akan memiliki perilaku seperti mengunjungi kembali suatu destinasi, merekomendasikannya kepada orang lain, atau membuat komentar positif tentang destinasi tersebut (Zeng & Li, 2021).

Salah satu faktor yang dapat mengurangi kepuasan adalah hambatan partisipasi. Hambatan partisipasi pendaki gunung diidentifikasi terkait termasuk kurangnya rencana pengelolaan partisipatif wisatawan terlibat dalam aktivitas di gunung, ketidakpastian risiko dan manfaat atas partisipasi mereka, hambatan teknis, kurangnya waktu, dan kendala keuangan. Dengan mengidentifikasi hambatan dan peluang partisipasi pendaki gunung, penelitian ini memberikan wawasan yang dapat menginformasikan

pengembangan pendekatan manajemen partisipatif yang efektif (Maleknia & ChamCham, 2024).

Beberapa sumber literatur menjelaskan ukuran hambatan wisata petualangan dalam ukuran yang berbeda. (Jackson & Dunn, 1988) dan (Boothby et al., 1981) menyampaikan kendala bisa berkaitan dengan "berhenti berpartisipasi", sementara (Davies & Prentice, 1995) menyebut "kehilangan minat" sebagai kendala; dan pendapat (Davies & Prentice, 1995; Chick & Roberts, 1989) menyatakan kendala melakukan pendakian karena masalah "waktu luang". Pendapat lain menambahkan kendala kegiatan petualangan akibat kurang skill, kemampuan, kurang pengetahuan, kesehatan, waktu, dana, fasilitas, dan transportasi (Hudson & Gilbert, 2000). Hambatan untuk berpartisipasi dalam pendakian juga dikemukakan dalam hal terkait frekuensi partisipasi dan minat mereka karena masalah citra negatif, kesulitan dalam berkomitmen waktu (Hudson & Gilbert, 2000)

Keberhasilan pariwisata pendakian gunung tergantung pada berbagai tingkatan partisipasi pendakian gunung, dan tingkatan partisipasi dipengaruhi hambatan dan motivasinya. Pennington-Gray & Kerstetter (2002) meneliti kendala untuk kegiatan rekreasi petualangan dan menyimpulkan bahwa kendala untuk kegiatan pariwisata berbasis alam dan bahwa kendala struktural yang memengaruhi partisipasi adalah hal yang paling umum. Agar sektor pariwisata bidang adventure dapat tumbuh maka perlu di pelajari hambatan dan tantangan internal dan eksternal pendakian gunung.

Banyak penelitian bidang pariwisata berbasis alam menjelaskan bahwa hambatan berpartisipasi dalam wisata adventure berbeda dari setiap kategori mulai dari non partisipan,

*expert*, participant yang berpengalaman dalam wisata adventure. Beberapa publikasi telah menjelaskan hambatan individu untuk bersantai, berwisata, dan berwisata petualangan yang mencakup keseruan dalam partisipasi petualangan (Hudson & Gilbert, 2000; Pennington-Gray & Kerstetter, 2002). Meskipun cakupan studi tentang kendala berwisata telah luas, namun sedikit perhatian diberikan pada alternatif lain untuk Upaya meminimalkan tantangan kendala terhadap partisipasi wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan nilai personal dan adanya hambatan terhadap kepuasan pendaki gunung dan harapannya untuk kembali mendaki gunung.

Studi ingin membuktikan bahwa hambatan serta motivasi baik internal maupun eksternal dapat menyebabkan kepuasan pendaki gunung. Dengan memahami hambatan dan motivasi maka operator kegiatan pendakian gunung memiliki tantangan besar dalam strategi pemasaran mendorong motivasi dan mengurangi hambatan, untuk meningkatkan wisata petualangan gunung. Oleh karena itu penelitian ini memandang perlu pengembangan motivasi pendaki yang tidak terpisah dari manajemen risiko. Kesadaran pendaki akan pengelolaan risiko dan bagaimana motivasi pribadi untuk aktivitas tersebut, memastikan bahwa strategi keselamatan diterapkan sepenuhnya dan praktis (Bentley et al., 2010). Sehingga akhirnya dapat menciptakan kepuasan wisatawan yang akan tampak pada indikator bahwa pendaki merasakan kegiatan perjalanan yang benar-benar dibutuhkan, sangat menikmati perjalanan pendakian gunung, puas dengan keputusan untuk mendaki gunung, mendaki gunung merupakan pengalaman yang bagus (Nguyen-van et al., 2024).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam desain analisis jalur, untuk melakukan pengujian pengaruh secara langsung antara Hambatan, Motivasi Internal dan Motivasi Eksternal terhadap kepuasan pendaki gunung. Sampel diambil dari populasi pendaki gunung di Indonesia yang jumlahnya tidak diketahui. Untuk menentukan sampel untuk populasi yang tidak diketahui digunakan rumus teori (Yeh et al., 2025)(Malhotra, 2006). Jumlah pertanyaan pada kuesioner minimal harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Jumlah pertanyaan dalam kuesioner sebanyak 20 butir pertanyaan  $\times 5 =$  minimal 100 responden. Dalam penelitian ini diambil 100 responden sebagai perwakilan 100 sampel pendaki gunung untuk mengisi kuesioner penelitian, dan terpilih secara insidental sampling, diolah menggunakan SMART-PLS versi 3.0 sebagai alat analisis untuk menghitung dua sub-model sub-model yaitu model luar (*outer model*) dan model dalam (*inner model*). Analisis model luar digunakan untuk dapat menentukan tingkat kelayakan data dari sisi uji validitas dan uji reliabilitas, juga menggunakan uji validitas dari sisi *Average Variance Extracted (AVE)*, *Discriminant Validity*, dan *Convergent Validity*. Sementara Analisis model dalam adalah uji model dan hipotesis, ditunjukkan oleh *R-Square*, *F-Square*, dan Path Estimasi Koefisien.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) yaitu analisis statistik multivariat yang mengestimasi pengaruh antara variable secara simultan dengan tujuan studi prediksi, eksplorasi atau pengembangan model structural (Hair, Risher, et al., 2019). Evaluasi model dalam PLS terdiri dari evaluasi model pengukuran, evaluasi model

struktural dan evaluasi kebaikan serta kecocokan model.

### Profil Responden

Dari hasil olah data diperoleh bahwa profil pendaki gunung dalam penelitian sebagian besar berjenis kelamin Pria (56%), sementara pendaki Wanita sebesar (44%). Adapun di tinjau dari rentang usia para pendaki responden sebagian besar pada rentang 17-25 tahun (69%), disusul dengan rentang usia 26-35 tahun (23%), kemudian rentang usia 35-45 tahun (4%), serta rentang usia 46-55 tahun sebanyak 3 % dan sisanya 56-65 tahun 1%. Dalam frekuensi kegiatan mendaki, terdapat 40% pendaki yang telah melakukan kegiatan sebanyak 2-5 kali, mendaki  $> 10$  kali sebesar 29%, baru 1 kali naik gunung ada 17 %, serta telah 6-10 kali mendaki gunung sebanyak 14%. Ditinjau dari asal daerah, para pendaki gunung merupakan pendaki yang berasal dari Pulau Jawa 74%, disusul 10 % dari Pulau Sumatera, 9% dari pulau Bali, berasal dari Pulau Kalimantan dan 3% dan berasal dari NTB dan NTT masing-masing 2 %. Dalam persepsi responden, risiko pendakian gunung lebih banyak bersumber dari cuaca sebanyak 42%, Medan pendakian yang curam 21%, karena jalur pendakian 10%, ketidakmampuan fisik 12%, kurang persiapan 8%, risiko karena kesalahan manusia 6% dan risiko adanya Binatang buas 1%.

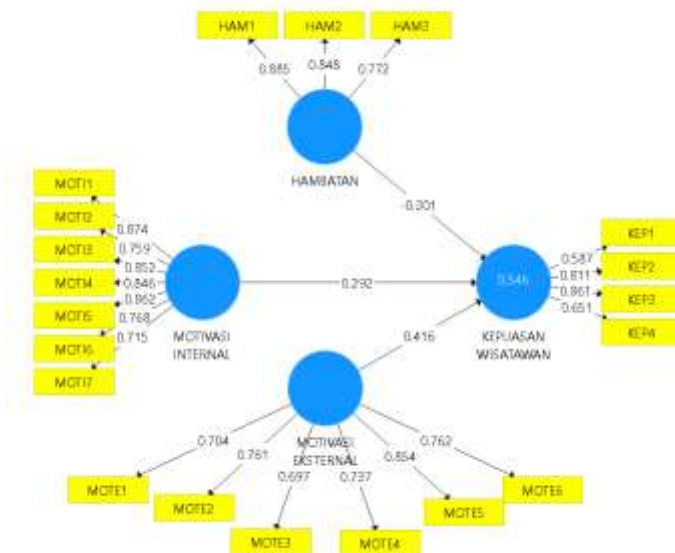
### Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Penelitian ini melakukan model pengukuran yaitu model pengukuran reflektif dimana variable nilai personal, hambatan pendakian, amenities dan kepuasan wisatawan diukur secara reflektif. Dalam (Hair et al., 2021), pengukuran reflektif terdiri outer model yaitu uji validitas dengan menghitung validitas convergent dengan kriteria

Outer Loading  $\geq 0,70$  dan AVE  $>0,50$  serta validitas diskriminan yaitu kriteria Fornell dan Lacker HTMT (*Heterotrait Monotrait Ratio*)  $<0,90$ . Dilanjutkan

dengan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability*  $\geq 0,70$ .

Adapun Hasil Analisis PLS Alogaritma dalam outer model digambarkan sbb:



**Gambar 1. Hasil Analisis Alogaritma PLS (Outer Model)**  
 Sumber: Data primer yang diolah dengan SMART-PLS (2025)

**1. Evaluasi Outer Loading, Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)**

Adapun hasil olah data tersaji dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. Outer Loading, Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	Item Pengukuran	Indikator	Outer Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Hambatan Pendakian X <sub>1</sub>	HAM1	Keahlian kurang	0,885	0,783	0,874	0,700
	HAM2	Masalah Kesehatan	0,848			
	HAM3	Risiko pendakian	0,772			
Motivasi Internal X <sub>2</sub>	MOTI1	Meningkatkan daya tahan tubuh	0,874	0,914	0,931	0,661
	MOTI2	Membangun ketahanan emosional	0,759			
	MOTI3	Mencapai aktualisasi diri	0,852			
	MOTI4	Menumbuhkan sikap positif pada kehidupan sehari-hari	0,846			
	MOTI5	Untuk mengasah keterampilan pendakian	0,862			



Variabel	Item Pengukuran	Indikator	Outer Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
	MOTI6	Untuk mengenang pendakian gunung	0,768			
	MOTI7	Melakukan pendakian berkelanjutan dan teratur	0,715			
Motivasi Eksternal X <sub>3</sub>	MOTE1	Untuk menyaksikan keindahan alam	0,704	0,848	0,888	0,569
	MOTE2	Menghargai keindahan alam	0,761			
	MOTE3	Mencari tantangan dan meminimalkan risiko	0,697			
	MOTE4	Untuk merasakan pengalaman baru	0,737			
	MOTE5	Hubungan sosial persahabatan dengan pendaki	0,854			
	MOTE6	Kebutuhan untuk melakukan eksplorasi gunung	0,762			
	Kepuasan Wisatawan Y	KEP1	Puas sesuai kebutuhan			
2		KEP Menikmati pendakian gunung	0,81			
3		KEP Puas dengan Keputusan mendaki	0,86			
4		KEP Puas dengan pengalaman	0,65			

Sumber: Data primer yang diolah SMART PLS, 2025

Untuk mengukur validitas butir-butir kuesioner digunakan kriteria *Outer Loading*  $\geq 0,70$  dan *AVE*  $>0,50$  serta validitas diskriminan yaitu kriteria Fornell dan Lacker HTMT (*Heterotrait Monotrait Ratio*)  $<0,90$ . Dilanjutkan dengan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability*  $\geq 0,70$ .

Dalam penelitian ini variabel hambatan pendakian (X<sub>1</sub>) diukur menggunakan 3 (tiga) item pernyataan untuk pengukuran valid dengan hasil *outer loading* antara 0,772-0,885 seluruh item memiliki *outer loading*  $>0,70$  sehingga ke tiga item pengukuran tersebut dinyatakan valid telah mencerminkan pengukuran hambatan

pendakian. Tingkat validitas konvergen yang ditunjukkan oleh skor nilai *AVE*  $0,700 > 0,50$  sehingga memenuhi syarat telah memiliki validitas konvergen yang baik. Untuk tingkat reliabilitas variable hambatan pendakian ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar (0,783) dan *Composite Reliability* sebesar (0,874) sudah  $> 0,70$  (reliabel) atau internal konsistensinya telah terpenuhi. Dari tiga item pengukuran tersebut, item pengukuran HAM1 memiliki nilai *outer loading* tertinggi (0,885) pengukuran terkait pernyataan indikator hambatan berasal dari kurangnya keterampilan dalam pendakian gunung sebagai indikator yang penting dalam

menghambat partisipasi pendakian gunung.

Variabel  $X_2$  motivasi internal digunakan 7 (tujuh) item sebagai pengukur memiliki angka validitas dengan *outer loading* antara 0,715-0,874 seluruh item memiliki *outer loading*  $>0,70$  sehingga seluruh item pengukuran tersebut dinyatakan valid telah mencerminkan pengukuran motivasi internal. Tingkat ukuran validitas konvergen sebesar nilai AVE 0,661  $\geq 0,50$  sehingga memenuhi syarat validitas konvergen yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variable mencapai 66,1%. Tingkat reliabilitas variable sebesar *Cronbach's Alpha* (0,914) dan *Composite Reliability* (0,931)  $> 0,70$  (reliabel) artinya internal konsistensinya telah terpenuhi. Dari ketujuh item pengukuran tersebut, item pengukuran MOTI 1 dan MOTI 5 mempunyai *outer loading* tertinggi (0,874) dan (0,862) yang menunjukkan pentingnya motivasi internal mendaki gunung dengan alasan untuk meningkatkan daya tahan tubuh serta motivasi internal untuk mengasah keterampilan dalam pendakian gunung.

Variabel  $X_3$  motivasi eksternal pendaki gunung diukur dengan 6 (enam) item pengukuran valid dengan *outer loading* antara 0,697-0,854. Terdapat 1 item memiliki *outer loading*  $<0,70$  namun sudah karena nilai  $>0,50$  sehingga dapat dipertahankan, dan 5 item lainnya pengukuran memiliki *outer loading*  $>0,70$ . Oleh karena itu seluruh item pengukuran tersebut dinyatakan valid telah mencerminkan pengukuran motivasi eksternal. Tingkat validitas konvergen dari nilai AVE 0,569  $> 0,50$  telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik. Secara keseluruhan variasi item pengukuran yang dikandung oleh variable mencapai 56,9%. Tingkat reliabilitas variable dengan nilai *Cronbach's Alpha* (0,848)

dan *Composite Reliability* (0,888)  $> 0,70$  (reliabel) atau internal konsistensinya terpenuhi. Dari keenam item pengukuran tersebut, item pengukuran MOTE 5 dan MOTE 6 mempunyai *outer loading* tertinggi (0,854) dan (0,762) yang menunjukkan bahwa kedua item pengukuran ini yaitu terkait pernyataan dorongan untuk menjalin hubungan sosial dengan sesama pendaki dan kebutuhan untuk mengeksplorasi gunung merupakan hal yang penting sebagai motivasi eksternal pendakian gunung.

Variabel Y kepuasan wisatawan diukur dengan 4 item pernyataan dengan pengukuran validitas *outer loading* antara 0,587-0,861. Terdapat 2 item  $<0,70$  namun diatas karena nilai  $>0,5$  sehingga dapat dipertahankan dan 2 item lainnya  $>0,70$ . Oleh karena itu seluruh item pengukuran tersebut dinyatakan valid telah mencerminkan pengukuran kepuasan wisatawan. Validitas konvergen AVE (0,541)  $> 0,50$  sehingga memenuhi syarat validitas konvergen yang baik, item pengukuran dinyatakan valid telah dapat mencerminkan pengukuran kepuasan wisatawan. Untuk tingkat reliabilitas variable nilai personal ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar (0,711) dan *Composite Reliability* sebesar (0,822) sudah di atas 0,70 (reliabel) atau internal konsistensinya telah terpenuhi. Dari keempat item terdapat item KEP3 sebesar (0,861) yang menyatakan puas dengan kegiatan pendakian gunung sebagai item dengan nilai tertinggi.

## 2. Evaluasi Validitas Diskriminan

Perlu dilakukan evaluasi validitas diskriminan dengan cara melihat kriteria dari Fornell dan Lacker, yang merupakan bentuk evaluasi untuk memastikan bahwa variable secara teori berbeda dan terbukti secara empiris atau teruji statistik. Kriteria Fornell dan Lacker

menyatakan bahwa akar AVE variable harus lebih besar dari korelasi antara variable itu sendiri.

Hasil olah data terhadap evaluasi validitas diskriminan tersaji dalam tabel 2:

**Tabel 2. Validitas Diskriminan-Kriteria Fornell-Larcker**

Variabel	Hambatan (X <sub>1</sub> )	Kepuasan Wisatawan (Y)	Motivasi Eksternal (X <sub>3</sub> )	Motivasi Internal (X <sub>2</sub> )
Hambatan (X <sub>1</sub> )	<b>0,836</b>			
Kepuasan Wisatawan (Y)	-0,297	<b>0,736</b>		
Motivasi Eksternal (X <sub>3</sub> )	0,005	0,654	<b>0,754</b>	
Motivasi Internal (X <sub>2</sub> )	0,006	0,632	0,820	<b>0,813</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil tabel di atas menunjukkan bahwa hasil metode Fornell-Larcker akar AVE setiap variable berada di atas nilai AVE antar variable. Dari tabel di atas maka, variable hambatan pendakian mempunyai akar AVE 0,836 lebih besar korelasinya dengan variable kepuasan wisatawan (-0,297), motivasi eksternal (0,005) dan motivasi internal (0,006). Sementara itu variabel kepuasan wisatawan mempunyai akar AVE sebesar 0,736 lebih besar korelasinya dengan hambatan (-0,297), motivasi eksternal (0,654) dan motivasi internal (0,632). Variabel motivasi eksternal mempunyai akar AVE 0,754 lebih besar dari korelasinya dengan hambatan

(0,005), kepuasan wisatawan (0,654) dan motivasi internal (0,267). Variable motivasi internal mempunyai akar AVE 0,831 lebih besar dari korelasinya dengan hambatan (0,006), kepuasan wisatawan (0,632), namun lebih kecil dari korelasi dengan motivasi eksternal (0,820). Hal tersebut memiliki arti bahwa variable hambatan pendakian, motivasi internal, motivasi eksternal dan kepuasan wisatawan memiliki validitas diskriminan yang baik atau terpenuhi sesuai metode Fornell dan Lacker.

### 3. Evaluasi *Cross Loading*

Hasil olah data terhadap evaluasi *Cross Loading* tersaji dalam table sbb:

**Tabel 3. Hasil Uji *Discriminat Validity* dari evaluasi *Cross Loading***

Butir Instrumen	Hambatan (X <sub>1</sub> )	Motivasi Internal (X <sub>2</sub> )	Motivasi Eksternal (X <sub>3</sub> )	Kepuasan Wisatawan (Y)
HAM1	<b>0,885</b>	0,004	-0,035	-0,251
HAM2	<b>0,848</b>	0,017	-0,042	-0,254
HAM3	<b>0,772</b>	-0,007	0,021	-0,240
MOTI1	0,005	<b>0,874</b>	0,677	0,527
MOTI2	-0,064	<b>0,759</b>	0,561	0,395
MOTI3	0,056	<b>0,852</b>	0,686	0,456
MOTI4	-0,004	<b>0,846</b>	0,765	0,565
MOTI5	0,029	<b>0,862</b>	0,714	0,516
MOTI6	0,172	<b>0,768</b>	0,640	0,420
MOTI7	-0,114	<b>0,715</b>	0,591	0,625
MOTE1	0,061	0,555	<b>0,704</b>	0,345
MOTE2	-0,098	0,518	<b>0,761</b>	0,523
MOTE3	0,105	0,736	<b>0,697</b>	0,493
MOTE4	-0,051	0,471	<b>0,737</b>	0,493
MOTE5	-0,008	0,716	<b>0,854</b>	0,572
MOTE6	0,040	0,706	<b>0,762</b>	0,489
KEP1	-0,015	0,443	0,396	<b>0,587</b>
KEP2	-0,269	0,536	0,561	<b>0,811</b>

Butir Instrumen	Hambatan (X <sub>1</sub> )	Motivasi Internal (X <sub>2</sub> )	Motivasi Eksternal (X <sub>3</sub> )	Kepuasan Wisatawan (Y)
KEP3	-0,313	0,541	0,538	<b>0,861</b>
KEP4	-0,216	0,313	0,407	<b>0,651</b>

Sumber: Pengolahan data primer dengan PLS (2025)

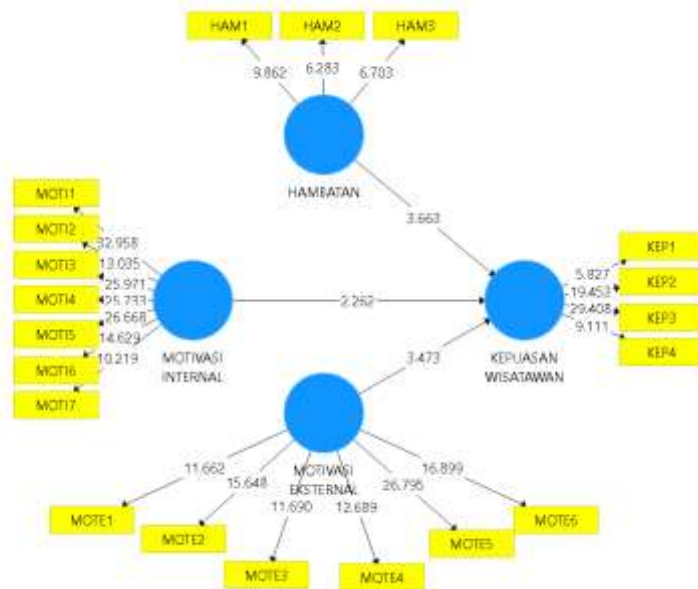
Agar semua variable laten memiliki validitas diskriminan yang baik, maka dilakukan uji Validitas Diskriminan (*Cross Loading*), dengan syarat nilai indikator *cross-loading* variabel laten lebih besar daripada variable lain (Ghozali & Latan, 2015). Hasil cross loading pada table di atas membuktikan bahwa nilai masing-masing indicator variable laten lebih besar daripada variable lain. Hal ini menunjukkan indicator telah memiliki validitas diskriminan yang baik

**4. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Untuk pengujian hipotesis dilakukan evaluasi model struktural untuk dapat diketahui pengaruh antar variable penelitian. Pengujian terhadap

evaluasi model struktural tersebut dilakukan dengan 3 tahapan yaitu pertama menguji tidak adanya multikolinieritas antara variable dengan ukuran inner VIF (*Variance Inflated Factor*) dimana Inner VIF < 5 (Hair et al., 2021). Kedua adalah pengujian hipotesis antar variable dengan melihat t-statistik atau *p-value*. Bila t-statistik hasil perhitungan > dari 1,96 (t-table) atau *p-value* hasil pengujian < dari 0.05 maka ada pengaruh signifikan antar variabel. Ketiga adalah nilai *f-square* yaitu pengaruh variabel langsung pada level struktural, dengan kriteria *f-square* 0.02 adalah rendah, nilai 0.15 efek moderat dan 0.35 efek tinggi. (Hair et al., 2021)

Hasil dari *Bootstrapping (inner model)* menghasilkan gambar 2



**Gambar 2. Hasil Analisis Bootstrapping PLS (*Inner Model*)**

Sumber: Data primer yang diolah dengan SMART-PLS (2025)

a. Uji Multikolinieritas

Hasil olah data terhadap multikolinieritas sebagai berikut:

**Tabel 4. Multikolinieritas Hasil Inner VIF**

	Hambatan Pendakian	Kepuasan Wisatawan	Motivasi Eksternal	Motivasi Internal
Hambatan Pendakian		<b>1,000</b>		
Kepuasan Wisatawan				
Motivasi Eksternal		<b>3,053</b>		
Motivasi Internal		<b>3,053</b>		

Sumber: Data Primer diolah dengan PLS, 2025

Hasil inner VIF < 5 tidak ada multikolinieritas yang tinggi diantara hambatan pendakian dan kepuasan wisatawan, tidak ada multikolinieritas yang tinggi antara motivasi internal dengan kepuasan wisatawan dan tidak ada multikolinieritas yang tinggi antara motivasi eksternal dengan kepuasan wisatawan. Hasil uji ini menguatkan

hasil estimasi parameter dalam SEM PLS telah bersifat robust atau tidak ada bias.

#### b. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Hasil olah data pengujian hipotesis pengaruh langsung tersaji dalam table sebagai berikut:

**Tabel 5. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung**

Hipotesis	Path Coefficient	t-statistik	p-value	f-square
H1 Hambatan → Kepuasan Wisatawan	<b>-0,301</b>	3,443	0,001	0,200
H2 Motivasi Internal → Kepuasan Wisatawan	<b>0,292</b>	2,298	0,022	0,062
H3 Motivasi Eksternal → Kepuasan Wisatawan	<b>0,416</b>	3,434	0,001	0,125

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SMART PLS, 2025

Berdasarkan table hasil uji hipotesis di atas maka diuraikan sebagai berikut:

1) Hipotesis pertama (H1) **diterima** yaitu ada pengaruh negatif dan signifikan hambatan pendakian terhadap kepuasan wisatawan *path coefficient* sebesar -0,301 dengan t-statistik 3,443 > t-tabel 1,96 dan *p-value* (0,001 < 0,05). Hambatan pendakian secara negatif dan signifikan mempengaruhi kepuasan wisatawan, dengan pengaruh pada level moderat dalam level structural (*f-square* = 0,200 > 0,15) artinya efek pengaruh langsung moderat. Hal ini menunjukkan dalam rangka meningkatkan kepuasan wisatawan perlu mengurangi hambatan yang dimiliki pendaki gunung.

2) Hasil uji terhadap hipotesis kedua (H2) diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi internal terhadap kepuasan wisatawan *path coefficient* sebesar 0,292 dengan t-statistik 2,298 > t-tabel 1,96 dan *p-value* (0,022 < 0,05). Setiap peningkatan pada motivasi internal akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Keberadaan motivasi internal dalam menyebabkan kepuasan wisatawan mempunyai pengaruh yang rendah dalam level structural (*f-square* = 0,062 > 0,02). Hal ini menunjukkan dalam rangka meningkatkan kepuasan wisatawan perlu adanya motivasi internal dari pendaki.

3) Pengujian terhadap hipotesis ketiga (H3) **diterima** yaitu ada pengaruh positif dan signifikan motivasi

eksternal terhadap kepuasan wisatawan *path coefficient* sebesar 0,416 dengan t-statistik  $3,434 > t\text{-tabel } 1,96$  dan *p-value* ( $0,001 < 0,05$ ). Setiap peningkatan pada motivasi eksternal akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Keberadaan motivasi eksternal dalam meningkatkan kepuasan wisatawan mempunyai pengaruh yang rendah dalam level struktural ( $f\text{-square} = 0,125 > 0,02$ ). Hal ini menunjukkan dalam rangka meningkatkan kepuasan wisatawan perlu upaya peningkatan motivasi eksternal.

**5. Evaluasi Kebaikan dan Kecocokan Model (*Goodness of Fit Test*)**

Perlu dilakukan beberapa test untuk mengetahui seberapa baik model tersebut. Yaitu evaluasi model fit, R-

Square, SRMR, *Goodness of Fit Index*. Analisis SEM berbasis varians dengan menggunakan PLS bertujuan untuk pengujian teori model dengan menitikberatkan pada studi prediksi. Untuk menyatakan model diterima maka digunakan beberapa ukuran yaitu *R-Square*, *Q-Square*, *SRMR* (Hair, Samouel, et al., 2019).

a. Nilai *R-Square*

Untuk menggambarkan besar kecilnya kemampuan variable eksogen/endogen lain menjelaskan variasi variable endogen dalam suatu model digunakan ukuran statistic *R-Square Adjusted*. Menurut Shin (1998) nilai interpretasi *R-Square* secara kualitatif adalah jika 0.19 (pengaruh rendah), jika nilai 0.33 (pengaruh moderat) dan jika 0.66 (pengaruh tinggi).

**Tabel-7 R-Square**

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Kepuasan wisatawan (Y)	0,546	0.532

Sumber: Data Primer diolah PLS, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan di atas *R-square adjusted* sebesar 0,532 dapat dikatakan besarnya pengaruh variabel hambatan pendakian, motivasi internal dan motivasi eksternal terhadap variabel kepuasan wisatawan secara moderat sebesar 53,2% artinya pengaruh ketiga variable terhadap kepuasan wisatawan masuk dalam kategori pengaruh moderat ke tinggi  $0,532 > 0,33$ . Adapun sisa pengaruh sebesar 46,8% dijelaskan oleh variabel selain variabel hambatan pendakian, motivasi internal dan eksternal yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

(pengaruh lemah),  $0,15 \leq f\text{-square} \leq 0,35$  pengaruh moderat dan  $f\text{ square} \geq 0,35$  (pengaruh besar). Pengaruh hambatan pendakian terhadap kepuasan wisatawan sebesar 0,200 menunjukkan pengaruh yang moderat, sementara pengaruh motivasi internal terhadap kepuasan wisatawan 0,062 masuk dalam pengaruh lemah dan pengaruh motivasi eksternal terhadap kepuasan sebesar 0,125 pengaruh lemah. Dari ketiga variable tersebut maka variable hambatan pendakian merupakan variable yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

b. Nilai *f-Square*

F-square melihat pada pengaruh parsial untuk mengetahui variable yang memiliki pengaruh paling besar. Kriteria F square jika  $0,02 \leq f\text{-square} \leq 0,15$

c. Nilai SRMR

Dari hasil oleh data PLS didapatkan uji kecocokan model sebagai berikut:

**Tabel 8. SRMR**

Rule of Thumb	Nilai Parameter	Keterangan
---------------	-----------------	------------

SRMR	<0,10	0,090	Fit
d_ ULS	>0,05	1,702	Fit
d_ G	>0,05	0,607	Fit
Chi-square	>X <sup>2</sup> tabel= 31,410)	326,340	Fit
NFI	Mendekati nilai 1	0,743	Fit

SRMR adalah *Standardised Root Meta Square Residual*, nilai ini merupakan ukuran kecocokan model (fit-model) yaitu perbedaan antara matrik korelasi data dengan matrik korelasi taksiran model. Dari 5 indikator pengukuran kecocokan model di atas semua kriteria menyatakan bahwa model penelitian telah fit artinya data empiris dapat menjelaskan pengaruh antara variable dalam model.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Hambatan Pendakian terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa **hipotesis 1 diterima**, yaitu hambatan pendakian mempengaruhi secara negatif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hambatan pendakian dalam penelitian ini diukur dalam dimensi hambatan dalam kesehatan, hambatan dalam keterampilan pendakian dan hambatan dari adanya risiko. Dari ke 3 indikator hambatan indikator tertinggi adalah pada hambatan dari kurangnya keterampilan para pendaki dalam kegiatan pendakian akan menyebabkan ketidakpuasan. Sehingga dengan menyadari adanya hambatan tersebut akan membantu pendaki untuk dapat mengatasi hambatan dengan cara meningkatkan keterampilan dan ketangkasan pendakian, meningkatkan kesehatan dan stamina fisik dan meminimalisir hambatan dari risiko yang akan terjadi. Berdasarkan hasil uji **H1 diterima**, bahwa semakin tinggi hambatan akan semakin menurunkan kepuasan dalam pendakian gunung. Hambatan pendakian menjadi sumber utama terjadinya

ketidakpuasan wisatawan. Hal ini terlihat dari nilai f-square yang tertinggi dibandingkan variable motivasi dan menunjukkan nilai pengaruh yang kuat. Sehingga agar pendaki gunung dapat merasakan kepuasan pendakian perlu mengatasi hambatan-hambatan terlebih dulu. Hasil ini menunjukkan bahwa hambatan atau risiko dalam pendakian berpengaruh negative dan signifikan dalam kepuasan wisatawan sudah sesuai dengan hasil temuan sebelumnya (Nguyen-van et al., 2024).

### 2. Pengaruh Motivasi Internal Pendakian terhadap Kepuasan Wisatawan

Motivasi internal pendaki gunung berdampak positif signifikan terhadap kepuasan wisatawan, hasil uji hipotesis **H2 diterima**. Jadi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi internal pendaki akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan. Dalam penelitian ini motivasi internal diukur dalam 7 indikator yaitu dorongan untuk meningkatkan daya tahan tubuh, ketahanan emosional seperti dapat mengelola rasa senang, rasa takut dll., dorongan untuk mencapai aktualisasi diri, menumbuhkan sikap positif, mengasah keterampilan pendakian, mengenang perjalanan pendakian sebelumnya dan dorongan untuk dapat melakukan pendakian yang berkelanjutan.

Dari ke 7 indikator tersebut indikator terkuat dalam motivasi internal adalah dorongan pendaki untuk mengasah keterampilan pendakian menjadi faktor pendorong kepuasan wisatawan. Sehingga hal ini memberikan

implikasi pentingnya pendaki gunung untuk selalu mengasah keterampilan dan keahlian pendakian gunung agar semakin puas dalam melakukan kegiatan petualangan pendakian gunung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pendakian gunung merupakan kegiatan berbasis keterampilan, sehingga dengan pendakian secara teratur akan membantu meningkatkan daya tahan fisik pendaki, serta menyempurnakan teknik pendakian gunung dan tebing (Allen-Collinson et al., 2018).

### **3. Pengaruh Motivasi Eksternal terhadap Kepuasan Wisatawan**

Motivasi eksternal pendaki gunung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, hipotesis **H3 diterima**. Hal ini berarti semakin baik motivasi eksternal yang dimiliki pendaki akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan.

Dalam penelitian ini motivasi eksternal diukur dengan 6 indikator yaitu dorongan untuk dapat menyaksikan keindahan alam, merasakan kedekatan dengan alam, mencari tantangan dan meminimalisir risiko, merasakan pengalaman baru, dorongan untuk mendapatkan hubungan sosial atau persahabatan dengan sesama pendaki, kebutuhan untuk mengeksplorasi gunung. Dari ke 6 indikator tersebut indikator terkuat adalah dorongan untuk mendapatkan hubungan sosial menjalin persahabatan dengan pendaki lain sebagai motivasi eksternal para pendaki, hal ini mendukung pendapat (Beedie & Hudson, 2003) yang menyatakan bahwa motivasi hubungan sosial menjadi faktor eksternal pendorong pendakian gunung dan membandingkan kinerja fisik mereka sendiri dengan sesama pendaki (Krishnagopal, 2022).

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hambatan pendakian secara negatif signifikan mempengaruhi kepuasan wisatawan pendaki gunung. Hambatan seperti keterampilan dalam melakukan aktivitas petualangan pendakian menjadi faktor penting dalam menimbulkan kepuasan pendaki gunung. Hasil selanjutnya menunjukkan bahwa motivasi internal pendakian mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, Motivasi internal seperti dorongan untuk dapat mengasah keterampilan dan mendapatkan pengalaman pendakian gunung menjadi faktor penting agar menciptakan kepuasan wisatawan. Variabel Motivasi eksternal juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dorongan mendapatkan hubungan sosial persahabatan dengan sesama pendaki merupakan hal yang penting dalam menciptakan kepuasan pendaki gunung.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi dapat disampaikan. Pertama, untuk meningkatkan kepuasan wisatawan pendaki gunung, perlu dilakukan upaya mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi, khususnya hambatan terkait keterampilan dan ketangkasan dalam melakukan aktivitas pendakian. Pelatihan keterampilan dasar pendakian serta edukasi terkait prosedur keamanan dan pengelolaan risiko penting untuk diberikan sebelum kegiatan berlangsung. Kedua, dalam rangka menciptakan kepuasan pendaki, diperlukan penguatan motivasi internal. Hal ini dapat dilakukan dengan mendorong pendaki untuk secara rutin melakukan aktivitas pendakian guna meningkatkan kemampuan diri, serta memotivasi diri



untuk terus mengeksplorasi berbagai medan pendakian. Ketiga, penting pula untuk memperkuat motivasi eksternal para pendaki, khususnya kemampuan menjalin hubungan sosial dan membangun persahabatan dengan sesama pendaki. Selain itu, pendaki juga perlu dibekali kemampuan dalam mengatasi berbagai risiko yang mungkin terjadi selama proses pendakian agar dapat meningkatkan kepuasan dan keamanan dalam aktivitas tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Allen-Collinson, J., Crust, L., & Swann, C. (2018). 'Endurance Work': Embodiment and the Mind–Body Nexus in the Physical Culture of High-Altitude Mountaineering. *Sociology*, 52(6), 1324–1341. <https://doi.org/10.1177/0038038517746050>
- Asmungi, A., Widhiningsih, E. B., Saptoadi, P., Matantu, T., Supriyanto, S., Listyorini, H., & Akkapin, S. (2024). Mountaineering Tourism: The Implications Of Product Uniqueness And Activity On Market Segmentation , Special Interest Tourism Quality And Risk Management. *Asia Pacifif Journal of Business Economics and Technology*, 04(05), 40–56.
- Beard, C., Swarbrooke, J., Leckie, S., & Pomfret, G. (2012). *Adventure Tourism* (Issue May). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780080469812>
- Beedie, P., & Hudson, S. (2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 625–643. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00043-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00043-4)
- Bentley, T. A., Cater, C., & Page, S. J. (2010). Adventure and ecotourism safety in Queensland: Operator experiences and practice. *Tourism Management*, 31(5), 563–571. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.006>
- Boothby, J., Tungatt, M. F., & Townsend, A. R. (1981). Ceasing participation in sports activity: reported reasons and their implications. *Journal of Leisure Research*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/00222216.1981.11969463>
- Bui, N. A., & Kiatkawsin, K. (2020). Examining Vietnamese hard-adventure tourists' visit intention using an extended model of goal-directed behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su12051747>
- Callander, M., & Page, S. J. (2003). Managing risk in adventure tourism operations in New Zealand: A review of the legal case history and potential for litigation. *Tourism Management*, 24(1), 13–23. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00045-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00045-6)
- Chan, A., Hsu, C. H. C., & Baum, T. (2013). Accepted for publication in the special issue of the Journal of Travel and Tourism Marketing on Chinese Outbound Tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing on Chinese Outbound Tourism*, March, 1–34.
- Chick, G., & Roberts, J. M. (1989). Leisure and antileisure in game play. *Leisure Sciences*, 11(2), 73–84. <https://doi.org/10.1080/01490408909512208>
- Crockett, L. J., Murray, N. P., & Kime, D. B. (2022). Self-Determination Strategy in Mountaineering: Collecting Colorado's Highest Peaks. *Leisure Sciences*, 44(7),

- 939–958.  
<https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1738968>
- Davies, A., & Prentice, R. (1995). Conceptualizing the latent visitor to heritage attractions. *The Heritage Tourist Experience: Critical Essays, Volume Two*, 16(7), 491–500.  
<https://doi.org/10.4324/9781315239248-11>
- Fasandra, F., Mumin, A. T., & Nurbaeti, N. (2019). Analysis of Potential Mountaineering Tourism in Mount Gede Pangrango National Park in West Java. *TRJ Tourism Research Journal*, 3(1), 47.  
<https://doi.org/10.30647/trj.v3i1.48>
- Faullant, R., Matzler, K., & Mooradian, T. A. (2011). Personality, basic emotions, and satisfaction: Primary emotions in the mountaineering experience. *Tourism Management*, 32(6), 1423–1430.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.004>
- Galiakbarov, Y., Mazbayev, O., Mutaliyeva, L., Filimonau, V., & Sezerel, H. (2024). When the mountains call: Exploring mountaineering motivations through the lens of the calling theory. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 45(February), 100743.  
<https://doi.org/10.1016/j.jort.2024.100743>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook. In *Springer Nature*.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.  
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Samouel, M. W., & Page, M. J. (2019). *Business research methods*. 10.
- Hudson, S., & Gilbert, D. (2000). Tourism constraints: The neglected dimension in consumer behaviour research. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 8(4), 69–78.  
[https://doi.org/10.1300/J073v08n04\\_05](https://doi.org/10.1300/J073v08n04_05)
- Jackson, E. L., & Dunn, E. (1988). Integrating Ceasing Participation With Other Aspects of Leisure Behavior. *Journal of Leisure Research*, 20(1), 31–45.  
<https://doi.org/10.1080/00222216.1988.11969755>
- Janowski, I., Gardiner, S., & Kwek, A. (2021). Dimensions of adventure tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37(December 2020), 100776.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100776>
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management (Fifteenth)*. Pearson Education.
- Krishnagopal, S. (2022). The collective vs individual nature of mountaineering: a network and simplicial approach. *Applied Network Science*, 7(1).  
<https://doi.org/10.1007/s41109-022-00503-w>
- Maleknia, R., & ChamCham, J. (2024). Socio-Economic Factors and Mountaineers' Conservation Willingness: A Riparian Peri-

- Urban Forest Study. *Iranian Journal of Forest*, 1–16. <https://doi.org/10.22034/IJF.2024.429800.1957>
- Malhotra, N. K. (2006). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 2*.
- Mu, Y., & Nepal, S. (2016). High Mountain Adventure Tourism: Trekkers' Perceptions of Risk and Death in Mt. Everest Region, Nepal. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(5), 500–511. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1062787>
- Murakoshi, S., & Mitsushita, K. (2024). Cognitive Representation of Mountaineering Risks and Its Change by Expertise. *Journal of Human Performance in Extreme Environments*, 19(1), 7–17. <https://doi.org/10.7771/2327-2937.1153>
- Nguyen-van, H., Nguyen, L. D., Le, A. H., Thi, H., & Nguyen, M. (2024). Values and perceptions of customers on behavioral intentions in hard adventure tourism in the Mountain and rural areas: a comparison between Asian and Western tourists. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2401176>
- Pennington-Gray, L. A., & Kerstetter, D. L. (2002). Testing a constraints model within the context of nature-based tourism. *Journal of Travel Research*, 40(4), 416–423. <https://doi.org/10.1177/0047287502040004008>
- Pomfret, G. (2006). Mountaineering adventure tourists: A conceptual framework for research. *Tourism Management*, 27(1), 113–123. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.003>
- Pomfret, G. (2012). Personal emotional journeys associated with adventure activities on packaged mountaineering holidays. *Tourism Management Perspectives*, 4, 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.003>
- Pomfret, G., & Bramwell, B. (2016). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: a review and analysis. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1447–1478. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.925430>
- Pomfret, G., Sand, M., & May, C. (2023). Conceptualising the power of outdoor adventure activities for subjective well-being: A systematic literature review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 42(November 2022), 100641. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100641>
- Pranoto, P., Sukrisno, S., Supriyanto, S., Listyorini, H., Soehari, H., & Kundori, K. (2024). The Impact of Social Concepts on Adventure Tourism Participation: A Mixed Method Study. *Journal of Management and Business Review*, 21(2), 176–199. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v21i2.652>
- Rahman, F. A., Kristiyanto, A., & Sugiyanto, S. (2017). Motif, Motivasi, Dan Manfaat Aktivitaspendakian Gunung Sebagai Olahraga Rekreasi Masyarakat. *Multilateral Jurnal Pendidikan Jasmani Dan Olahraga*, 16(2), 143–153. <https://doi.org/10.20527/multilater.al.v16i2.4251>
- Ridwanudin, O., & Ahmad, F. (2022). Analisis Revisit Intention

- Pendakian di Masa Pandemi Covid-19. *Tourism Scientific Journal*, 7(1), 69–85. <https://doi.org/10.32659/tsj.v7i1.151>
- Schneiderbauer, S., Fontanella Pisa, P., Delves, J. L., Pedoth, L., Rufat, S., Erschbamer, M., Thaler, T., Carnelli, F., & Granados-Chahin, S. (2021). Risk perception of climate change and natural hazards in global mountain regions: A critical review. *Science of the Total Environment*, 784, 146957. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.146957>
- Singgih, S. (2019). Examining Relationships between Destination Image, Tourist Motivation, Satisfaction, and Visit Intention in Yogyakarta. *Expert Journal of Business and Management*, 7(1), 82–90.
- Telford, J., & Beames, S. (2015). Bourdieu and Alpine Mountaineering: The distinction of high peaks, clean lines and pure style. In *Routledge International Handbook of Outdoor Studies* (Vol. 151, pp. 482–490).
- Yeh, S. S., Chiang, T. Y., Chen, K. Y., Lee, C. L., & Huan, T. C. (2025). From soft to hard adventure: Examining experienced mountaineers' mountaineering intentions through the lens of the theory of planned behavior. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 50, 100865.
- Zeng, L., & Li, R. Y. M. (2021). Tourist satisfaction, willingness to revisit and recommend, and mountain Kangyang tourism spots sustainability: A structural equation modelling approach. *Sustainability (Switzerland)*, 13(19). <https://doi.org/10.3390/su1319106>