



PAD Model Effects on Tourists' Attitudes and Intention Pengaruh Reaksi Afektif Terhadap Sikap dan Dampaknya Pada Niat Kunjungan Wisatawan

Andy Mulyana ¹⁾; Ida Ayu Made Er Meytha Gayatri ²⁾; Tri Febrina Melinda ³⁾

¹⁾ *Tourism Study Program, Faculty of Economics, Open University*

^{2,3)} *Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu*

Email: ¹⁾ mulyana@ecampus.ut.ac.id; ²⁾ cinta.gayatri@yahoo.com; ²⁾ trifebrina26@gmail.com

How to Cite :

Mulyana, Andy, Gayatri, Ida Ayu, ME., Melinda, Tri Febrina, (2022). PAD Model Effects on Tourists' Attitudes and Intention Pengaruh Reaksi Afektif Terhadap Sikap dan Dampaknya Pada Niat Kunjungan Wisatawan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2). doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2>

ARTICLE HISTORY

Received [27 April 2022]

Revised [17 Juni 2022]

Accepted [17 Juli 2022]

KEYWORDS

*Pleasure, Arousal and
Dominance, Attitude,
Intention*

*This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reaksi afektif wisatawan terhadap sikap dan dampaknya pada niat kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, pendekatan penelitian ini sesuai tujuannya menggunakan pendekatan descriptive research dan verificative research. Metode atau teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan survei, yaitu penelitian lapangan yang dilakukan terhadap beberapa anggota sample dari suatu populasi tertentu untuk mengetahui persepsi sebagian populasi tersebut terhadap objek penelitian sehingga didapat data atau keterangan aktual. Data yang dikumpulkan berupa data primer dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. dengan jumlah responden sebanyak 93 responden. Untuk uji statistik dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Partial Least Square (SmartPLS 3.0).

Pada hubungan Arousal dengan Pleasure, Nilai t hitung variabel Arousal adalah 9,925. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_a diterima artinya Arousal memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Pleasure. Pada hubungan Attitude dengan Intention, Nilai t hitung variabel Attitude adalah 7,215. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_a diterima artinya Attitude memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Intention. Pada hubungan Dominance dengan Arousal, Nilai t hitung variabel Dominance adalah 14,700. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_a diterima artinya Dominance memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Arousal. Pada hubungan Dominance dengan Pleasure, Nilai t hitung variabel Dominance adalah 5,086. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_a diterima artinya Dominance memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Pleasure. Pada hubungan Pleasure dengan Attitude, Nilai t hitung variabel Pleasure adalah 7,301. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_a diterima artinya Pleasure memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Attitude. Untuk R square pleasure memberikan pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya dengan nilai 0,645 atau 64,5%

ABSTRACT

This study aims to find out and analyze the influence of affective reactions of tourists on attitudes and their impact on tourist visit intentions. Therefore, this

research approach is in accordance with its purpose using a descriptive research and verificative research approach. The research method or technique used in this study is a survey, which is a field research conducted on several sample members of a certain population to find out the perception of some of the population towards the object of study so that actual data or information is obtained. The data collected is in the form of primary data with research instruments in the form of questionnaires. with a total of 93 respondents. Statistical tests and data processing were carried out using Partial Least Square (SmartPLS 3.0).

On the relationship of Arousal with Pleasure, the value of t counting the arousal variable is 9.925. Because the calculated t value is greater than 1.96, Ha is accepted meaning that Arousal has a significant influence with a positive direction on Pleasure. On the relationship of Attitude to Intention, the value of t counting the variable Attitude is 7.215. Because the calculated t value is greater than 1.96, Ha is accepted, meaning that Attitude has a significant influence with a positive direction on Intention. On the relationship of Dominance with Arousal, the value of t counting the dominance variable is 14,700. Because the calculated t value is greater than 1.96, Ha is accepted meaning that Dominance exerts a significant influence in a positive direction towards Arousal. On Dominance's relationship with Pleasure, The calculated t value of the Dominance variable is 5,086. Because the calculated t value is greater than 1.96, Ha is accepted meaning that Dominance exerts a significant influence in a positive direction on Pleasure. On the relationship of Pleasure to Attitude, the value of t counting the variable Pleasure is 7.301. Because the calculated t value is greater than 1.96, Ha is accepted, meaning that Pleasure has a significant influence with a positive direction on Attitude. For R square pleasure, it has a greater influence compared to other variables with a value of 0.645 or 64.5%.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi lokal maupun regional tidak lepas dari peran sektor pariwisata. Diperkirakan pada tahun 2017, industri pariwisata menyumbang sekitar 5% terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) atau sebesar 14.216,0 juta US\$. Menurut Lakip Kementerian Pariwisata 2017 (2018) dibandingkan komoditi ekspor lainnya, sektor pariwisata berada pada peringkat 3. Pada tahun 2017, devisa dari sektor pariwisata sejumlah 202 miliar USD (naik sekitar 14,77% dari 2016) dan pada tahun 2019 diperkirakan devisa yang dihasilkan sektor pariwisata sekitar 8% pada PDB nasional Indonesia. Selain itu, sektor pariwisata diharapkan menyerap sekitar 13 juta pekerja di berbagai bidang pekerjaan (Saputra, 2017; Pengembangan Sumber Ekonomi Baru, 2018). Kementerian Pariwisata telah menetapkan 3 program utama dalam mencapai target-target tersebut, yaitu digital tourism, homestay desa wisata dan aksesibilitas udara. Disamping itu, pemerintah melakukan pemetaan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) melalui Peraturan Pemerintah RI No. 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS). Menurut RIPPARNAS terdapat 88 kawasan yang tersebar di seluruh Indonesia termasuk ke dalam KSPN.

Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang telah menjadi salah satu destinasi pariwisata yang cukup dikenal di dunia internasional. Di provinsi NTB terdapat 3 (tiga) kawasan yang termasuk dalam KSPN, yaitu kawasan Gili Tramena (Gili Trawangan, Meno, dan Air), kawasan Taman Nasional Gunung Rinjani (TNGR) dan kawasan pantai selatan Lombok (Kajian Analisa Pasar Potensial Nusa Tenggara Barat Tahun 2017, 2017). Seiring dengan hal tersebut, pemerintah provinsi NTB telah menetapkan sektor pariwisata sebagai Program Unggulan dalam pembangunan ekonomi disamping sektor-sektor lainnya. Pembangunan pariwisata NTB sejak hampir satu dasawarsa terakhir telah menunjukkan tingkat pertumbuhan yang sangat fenomenal. Ada 3 (tiga) potensi dasar pariwisata NTB yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, yaitu alam, budaya, dan minat khusus.

Pada tanggal 29 Juli 2018, NTB khususnya Lombok, Sumbawa dan Bali telah diguncang gempa bumi magnitudo 6,4. Bencana gempa ini mengakibatkan 460 orang meninggal dunia, 7.330 luka-luka dan 417.529 orang mengungsi (Kompas, 2018). Selain itu, berdasarkan data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) kerusakan yang diakibatkan gempa Lombok adalah 71.962 rumah, 671 fasilitas pendidikan, 52 fasilitas kesehatan, dan 128 fasilitas peribadatan rusak. Angka ini belum termasuk kerugian yang diakibatkan oleh penurunan kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara. Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya, gempa bumi yang melanda Lombok dan sekitarnya berdampak signifikan pada kunjungan wisatawan. Dalam kurun waktu 1 bulan (6 Agustus – 6 September 2018) diperkirakan terjadi penurunan kunjungan wisatawan sebesar 100 ribu wisatawan dengan nilai ekonomi sebesar \$100 juta (Times Indonesia, 2018). Penurunan jumlah wisatawan merupakan salah satu indikator rendahnya niat kunjungan wisatawan.

Reaksi afektif setiap individu pada perubahan lingkungan dapat berpengaruh terhadap perilaku atau niat keperilakuannya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah memahami reaksi afektif wisatawan terhadap destinasi wisata pasca bencana alam dan dampaknya pada niat kunjungan kembali. Model PAD (*pleasure, arousal, dominance*) yang diajukan oleh Mehrabian dan Russel (1974) dalam Lehto et al. (2007) diadopsi sebagai kerangka konseptual penelitian ini. Selain itu, pengukuran model PAD digunakan untuk mengetahui tingkat dan pola perubahan emosi wisatawan sebagai akibat dari bencana alam. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh reaksi afektif wisatawan terhadap sikap serta dampaknya pada niat kunjungan wisatawan.

LANDASAN TEORI

Bencana Alam Dalam Pariwisata

Bencana menurut Scott dan Laws (2005) adalah situasi dimana suatu tempat dihadapkan pada kehancuran yang tidak dapat diprediksi dan sulit dikontrol. Karakteristik utama dari bencana adalah (1) memicu kejadian, (2) ancaman lingkungan yang tinggi dengan waktu tanggap yang pendek, (3) ketidakmampuan mengatasi dampak bencana secara langsung, (4) titik balik dimana situasi ditanggapi, (5) cair, tidak stabil, dinamis (Faulkner, 2001).

Bencana dengan skala besar dapat meningkatkan kesadaran publik terhadap ancaman yang berhubungan dengan sektor dan aktivitas industri pariwisata (Santana, 2003). Pengaruh situasi pasca bencana terhadap industri pariwisata tergantung pada beberapa faktor, antara lain:

1. Budaya internal organisasi dalam bereaksi terhadap bencana
2. Kemampuan berbagai organisasi bekerjasama dalam memecahkan masalah
3. Kemampuan organisasi birokrasi pemerintah bereaksi cepat dan lugas
4. Cara media memaparkan situasi bencana
5. Ketersediaan sumber daya sektor publik bereaksi terhadap bencana
6. Kemampuan sektor swasta bertransaksi pada saat dan sesudah bencana terjadi.

Citra Destinasi

Citra dianggap konstruk sikap yang menunjukkan kepercayaan, perasaan dan impresi umum individu tentang sebuah objek atau destinasi (Echtner dan Ritchie, 1991 dalam Lehto et al., 2007). Disepakati bersama oleh beberapa peneliti bahwa citra dievaluasi melalui 2 (dua) level, yaitu kognitif dan afektif. Menurut Baloglu dan McCleary (1999), evaluasi kognitif berdasarkan atribut kepercayaan dan pengetahuan yang dimiliki destinasi, sementara evaluasi afektif didasari oleh perasaan yang terkait dengan karakteristik suatu destinasi.

Peran penting citra destinasi wisata berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan perjalanan wisata (Kim dan Richardson, 2003). Selain itu, beberapa peneliti telah menunjukkan bagaimana korelasi positif persepsi citra destinasi dengan keputusan pembelian wisatawan (Woodside dan Lysonski, 1989). Citra dikonotasikan sebagai ekspektasi wisatawan terhadap pengalaman wisatanya. Leisen (2001) menyatakan wisatawan dapat menyatakan pengalaman

wisata positif atau negatif tentang suatu destinasi sebelum mereka benar-benar melakukan perjalanan.

Perilaku merupakan hasil dari persepsi citra, oleh karena itu pilihan tempat wisata tergantung pada citra positif destinasi wisata (Baloglu dan McCleary, 1999). Menurut Woodside dan Lysonski (1989), reaksi afektif destinasi biasanya didasari oleh citra positif bila wisatawan berniat berkunjung, sebaliknya bila wisatawan tidak berniat berkunjung. Citra destinasi dibentuk dalam benak wisatawan melalui analisis dan sintesis informasi sepanjang waktu tertentu. Citra yang tertanam dalam benak wisatawan sangat penting bagi kesuksesan proses pemasaran destinasi wisata tertentu (Leisen, 2001).

Risiko Dalam Niat Kunjungan

Berdasarkan World Tourism Organization (2003), terdapat 4 (empat) potensi risiko yang berpengaruh terhadap destinasi wisata, yaitu:

1. Sumber daya manusia dan lingkungan institusi di luar sektor pariwisata
2. Sektor pariwisata dan sektor komersial yang terkait
3. Wisatawan individual
4. Risiko fisik dan lingkungan (alam, iklim dan epidemi)

Dari perspektif wisatawan, keamanan dan keselamatan merupakan perhatian utama dalam pemilihan destinasi wisata (Floyd et al., 2003). Penelitian ini menyatakan bahwa wisatawan akan terkait dengan perilaku protektif ketika terdapat kemungkinan berikut:

1. potensi bahaya yang tinggi
2. kemungkinan kejadian
3. pemilihan alternatif menghindari ancaman
4. peningkatan kontrol dalam pemilihan alternatif

Pleasure, Arousal, dan Dominance (PAD)

Mehrabian dan Russell (1974) memperkenalkan ide menggunakan tiga dimensi afektif yaitu pleasure, arousal dan dominance (PAD) untuk menggambarkan persepsi lingkungan fisik. Pleasure berhubungan dengan apakah individu menganggap lingkungan itu menyenangkan atau tidak, sementara arousal mencerminkan sejauh mana lingkungan merangsang individu. Sedangkan dominance menangkap apakah individu merasa memegang kendali atau tidak di lingkungan.

Meskipun model PAD awalnya dikonfigurasi dengan tiga komponen, tampaknya *pleasure* dan *arousal* telah digunakan untuk tingkat yang lebih besar oleh para peneliti daripada *dominance* (Bakker, van der Voordt, Vink, & de Boon, 2014). Bahkan Donovan dan Rossiter (1982) memilih untuk menghilangkan dominance dalam model mereka seperti halnya Baker, Levy, dan Grewal (1992). Di sisi lain masalah, Yani-de-Soriano dan Foxall (2006) membuat argumen yang meyakinkan untuk terus dimasukkannya komponen dominance

Literatur PAD yang ditinjau mengarah ke sejumlah generalisasi: 1) model PAD adalah alat yang berguna dalam memahami lingkungan tempat individu berada, 2) tiga komponen dari model PAD cenderung berdampak satu sama lain, 3) komponen *dominance* mampu secara langsung mempengaruhi komponen *arousal* dan *pleasure*, dan 4) komponen *arousal* dapat secara langsung mempengaruhi komponen *pleasure*. Generalisasi ini berkontribusi pada pengembangan model dan hipotesis berikut.

Kerangka Analisis

Berdasarkan penjelasan-penjelasan berikut, sangat masuk akal untuk berspekulasi bahwa model PAD mampu menjelaskan setidaknya sebagian dari sikap dan niat perilaku yang terkait dengan kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, ada 5 (lima) hipotesis dapat dikembangkan.

Arousal mengacu pada tingkat kegembiraan atau stimulasi yang dirasakan oleh individu. Dalam kasus kunjungan wisata, individu dapat menjadi bersemangat atau terstimulasi jika mereka mampu mencapai apa yang mereka harapkan untuk dicapai apakah itu tetap berhubungan dengan

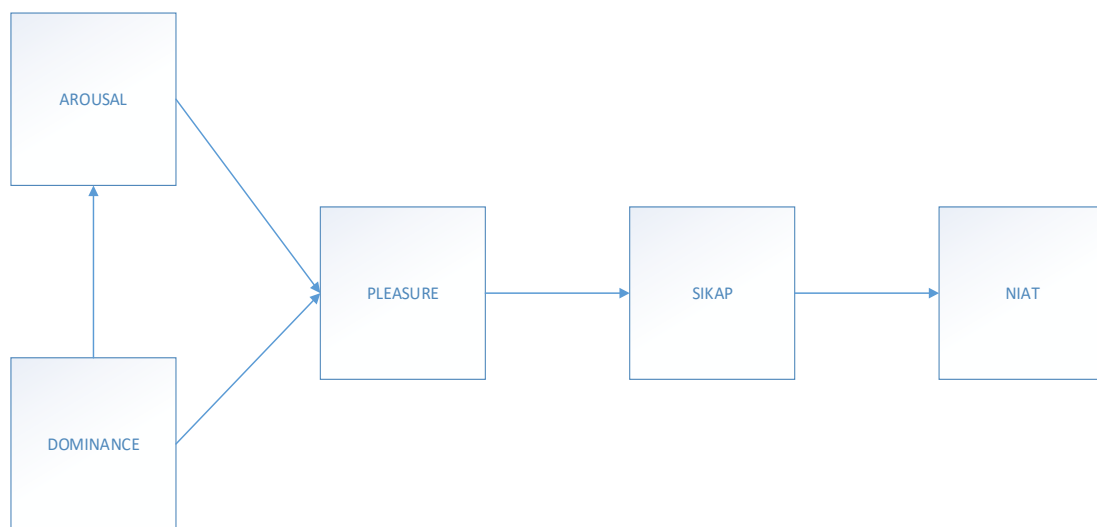
orang lain, menghilangkan kebosanan atau kesepian, menciptakan kesan, membangun harga diri, atau penemuan. Konsisten dengan gagasan arousal energik dan penelitian sebelumnya.

Dominance mengacu pada sejauh mana individu-individu berada dalam kendali atau tidak dalam lingkungan mereka. Kurangnya kontrol yang dirasakan (*dominance*) secara logis akan memiliki dampak negatif pada tingkat kegembiraan yang dirasakan atau stimulasi yang dicapai (*arousal*) dan tingkat kenikmatan (*pleasure*) yang dicapai.

Pleasure mengacu pada sejauh mana individu menganggap lingkungan sebagai menyenangkan atau memuaskan. Secara intuitif, pengalaman yang menyenangkan kemungkinan akan menghasilkan sikap yang lebih baik terhadap destinasi wisata.

Hubungan antara sikap dan niat perilaku sudah mapan dalam teori psikologi. *Theory of Reasoned Action* (TRA) seperti yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein, (1980) menyatakan bahwa niat perilaku seseorang adalah fungsi dari sikapnya terhadap norma perilaku dan norma subyektif.

Gambar 1. Kerangka Analisis



METODE PENELITIAN

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian dengan tinjauan manajemen dan berfokus pada bidang kajian manajemen pemasaran destinasi wisata. Fokus utama dari penelitian ini menyangkut perilaku wisatawan yang pernah berkunjung ke KSPN pasca bencana gempa 2018.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reaksi afektif wisatawan terhadap sikap dan dampaknya pada niat kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, pendekatan penelitian ini sesuai tujuannya menggunakan pendekatan *descriptive research dan verificative research*.

Metode atau teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan survei, yaitu penelitian lapangan yang dilakukan terhadap beberapa anggota sample dari suatu populasi tertentu untuk mengetahui persepsi sebagian populasi tersebut terhadap objek penelitian sehingga didapat data atau keterangan aktual. Data yang dikumpulkan berupa data primer dengan instrumen penelitian berupa kuesioner.

Prosedur pengumpulan data yang efektif dan efisien diperlukan untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Pertama kali yang dilakukan adalah mendapatkan data sekunder melalui sumber-sumber yang relevan misalnya jurnal-jurnal, buku-buku referensi, dan publikasi-publikasi lain yang terkait sebagai sumber kepustakaan.

Untuk memenuhi persyaratan data dari penelitian ini, data sekunder perlu dilengkapi dengan data primer yang dikumpulkan khusus dalam penelitian ini. Data primer diperoleh dari sumber pertama secara individu, yang dalam penelitian ini akan digunakan metode interview dengan kuesioner. Selain itu, interview secara mendalam dilakukan pula kepada para pakar dan pemangku kepentingan yang terkait dengan pariwisata di Lombok seperti akademisi, pelaku wisata, Disbudpar dan BPS.

Kuesioner yang diajukan bertipe pertanyaan tertutup terdiri dari 2 bagian, yaitu bagian A dan B. Bagian A adalah kuesioner tentang profil demografi dan perilaku wisatawan sebagai responden. Bagian B merupakan kuesioner untuk menilai variabel *pleasure, arousal, dominance*, sikap dan niat berkunjung kembali wisatawan.

Kuesioner akan didistribusikan kepada responden secara offline. Pertama-tama, peneliti perlu menyiapkan kuesioner yang akan diisi responden. Setelah kuesioner siap, maka calon responden yang memenuhi kriteria akan diminta untuk mengisi kuesioner.

Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan *non probability* sampling karena luasnya populasi penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah mengkombinasikan purposive sampling dan convenience sampling. Kriteria *purposive sampling* yaitu wisatawan yang pernah mengunjungi KSPN pasca gempa 2018. Untuk ini, angket didesain menyaring responden dengan mensyaratkan mereka harus sudah berkunjung sekurang-kurangnya sekali. Karena teknik survei dilakukan secara offline, pengambilan sampel dikombinasikan dengan *convenience sampling*. Lokasi penelitian adalah kawasan KSPN Lombok. Kawasan tempat ini dipilih disebabkan merupakan destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi di Provinsi NTB.

Analisis multivariat yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Pertimbangan analisis ini merupakan perluasan dari beberapa teknik multivariat termasuk multiregresi dan analisis faktor yang mampu menjelaskan hubungan variabel dependen secara simultan. Berkaitan dengan identifikasi masalah penelitian yang akan mencari hubungan atau pengaruh dari beberapa variabel terhadap niat kunjungan kembali wisatawan, sesuai dengan teknik analisis yang digunakan, maka ukuran sampel yang *acceptable* adalah minimal 5 - 10 kali jumlah pertanyaan. Jadi apabila jumlah pertanyaan dalam kuesioner ada 20, maka jumlah responden yang dibutuhkan adalah $10 \times 20 = 200$. Jumlah ini merupakan ukuran sampel minimum yang diperlukan melalui SEM dengan metode estimasi Maximum Likelihood (MLE). MLE merupakan prosedur estimasi yang umum digunakan dalam SEM untuk memberikan suatu hasil yang valid (Hair et al., 1998 dalam Wijanto, 2008).

Metode Analisis

Pengumpulan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam 3 langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Sehubungan penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif, maka untuk analisis data digunakan 2 pendekatan yaitu metode analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui gambaran karakteristik responden dan penilaian responden secara keseluruhan terhadap setiap indikator variabel penelitian. Sedangkan analisis verifikatif bertujuan menguji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling* = SEM). SEM dengan pendekatan varians (*Partial Least Square Path Modeling* - PLS PM) (Yamin & Kurniawan, 2011). ukuran sampel yang akseptabel adalah 30 - 100 responden. Jumlah ini merupakan ukuran sampel kritis dalam pengukuran sampel yang diperlukan melalui SEM - PLS.

Data dianalisis dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dan menggunakan tools SmartPLS. PLS adalah salah satu metode alternatif SEM (*structural equation modeling*) yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan dalam hubungan. Jumlah sampel yang kecil dan penggunaan indikator reflektive membuat PLS lebih sesuai untuk dipilih dibandingkan dengan alat analisis lain.

Persamaan Inner Model

$$\eta = \eta\beta + \xi\Gamma + \zeta$$

Di mana η menggambarkan sebuah matriks laten endogen; ξ adalah sebuah matriks laten eksogen; Masing-masing β dan Γ adalah koefisien matriks dari variabel endogen dan eksogen. ζ adalah inner model residual matrix.

Persamaan outer model

$$x = \Pi_x \xi + \varepsilon_x$$

$$y = \Pi_y \eta + \varepsilon_y$$

x dan y adalah matriks variabel manifest yang berhubungan dengan laten eksogen ξ dan laten endogen η , Π_x dan Π_y adalah matriks koefisien. ε_x dan ε_y masing-masing adalah matriks outer model residu.

Evaluasi Model dalam PLS

Evaluasi model dalam PLS meliputi :

1. Evaluasi outer model atau model pengukuran
Evaluasi ini meliputi *convergent validity* dan *discriminant validity* melalui *cross loading* dan akar rata-rata *variance extracted*, serta *composite reliability*.
2. Evaluasi inner model atau model struktural
Model struktural dapat dievaluasi melalui R2 (reliabilitas indikator) untuk kontrak dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur.

Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis (β , γ , dan λ) dilakukan dengan metode resampling Bootstrap yang dikembangkan oleh Geisser & Stone. Statistik uji yang digunakan adalah statistik t atau uji t. Penerapan metode resampling, memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas (*distribution free*) tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar (direkomendasikan sampel minimum 30). Pengujian dilakukan dengan t-test, bilamana diperoleh p-value $\leq 0,05$ (alpha 5 %) berarti signifikan.

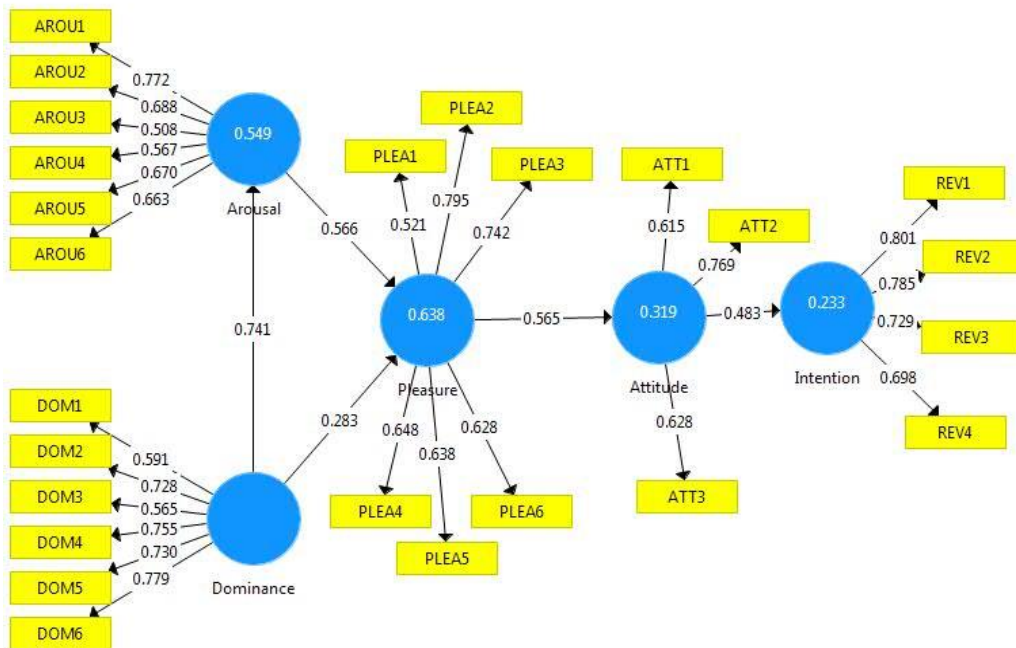
HASIL DAN PEMBAHASAN

Outer Model (Measurement Model)

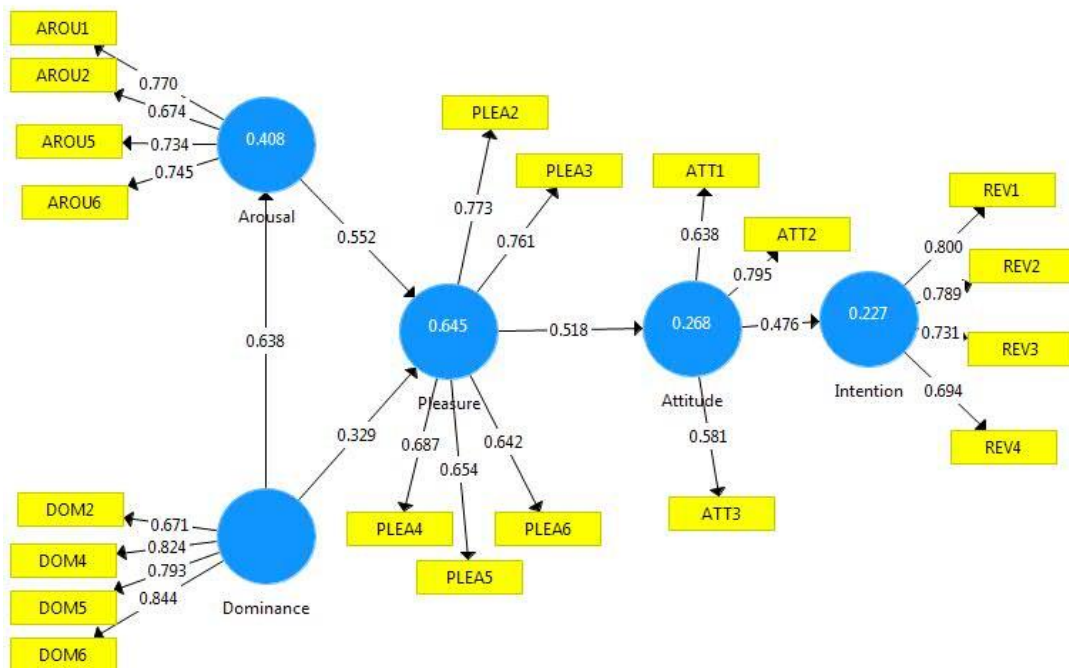
1. Convergent Validity

Reliabilitas yang baik jika nilainya lebih besar dari 0.70 (Chin, 1998). Berdasarkan kriteria ini indicator-indikator yang nilai loadingnya kurang dari 0.70 di drop dari analisis, yaitu: AROU4, AROU3, DOM1, DOM3, PLEA1 (model PLS Algoritma 1).

Gambar 2. Model PLS Algoritma 1



Gambar 3. Model PLS Algoritma 1



2. Composite reliability

Composite Reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi composite reliability apabila memiliki nilai composite reliability > 0,6. Berikut ini adalah nilai composite reliability dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Nilai composite reliability dari masing-masing variabel

	<i>Composite Reliability</i>
Arousal	0,632
Attitude	0,623
Dominance	0,662
Intention	0,841
Plesure	0,831

Sumber : Olah Data SEM

Berdasarkan sajian data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai composite reliability semua variabel penelitian > 0,6. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi composite realibility sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi karena memiliki nilai composite reliability diatas 0.80

3. *Discriminant validity*

Discriminant validity dilihat dengan cara membandingkan nilai akar AVE setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Melihat table dibawah ini terlihat nilai akar AVE lebih tinggi terhadap korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya.

Tabel 2. *Discriminant validity*

	Average Variance Extracted (AVE)	√AVE
Arousal	0,535	0.731
Attitude	0,459	0.677
Dominance	0,618	0.786
Intention	0,570	0754
Pleasure	0,498	0.705

Sumber : Olah Data SEM

Nilai akar kuadrat AVE pada variabel Arousal adalah 0.731, lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk pada variabel laten lainnya. Begitu juga nilai akar kuadrat AVE pada variabel attitude adalah 0.677, nilai akar kuadrat AVE pada variabel dominance adalah 0.754, nilai akar kuadrat AVE pada variabel Intention 0.754, dan nilai akar kuadrat AVE pada variabel Pleasure 0.705, semuanya lebih besar jika dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk pada variabel laten lainnya. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi discriminant validity.

Inner Model (Hubungan Antar Konstruk)

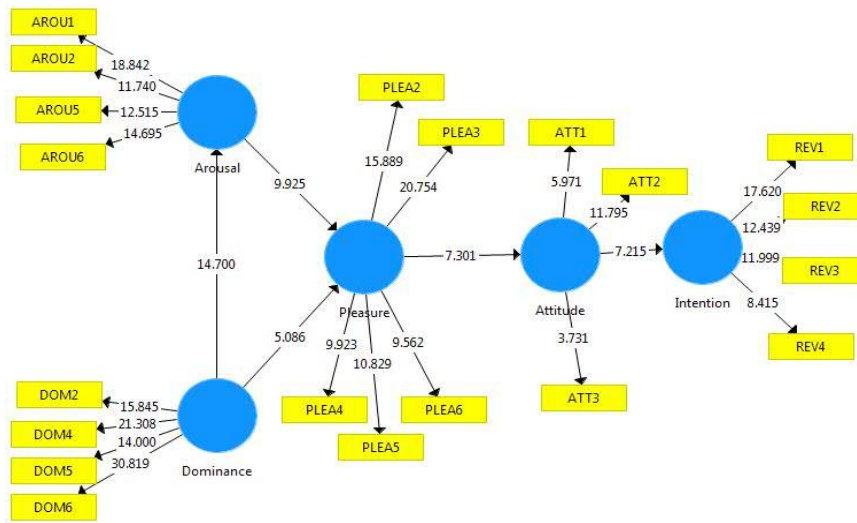
Tabel berikut memberikan hasil hubungan antar konstruk.

Tabel 3. Inner Model (Hubungan Antar Konstruk)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Arousal -> Pleasure	0,552	0,555	0,056	9,925	0,000
Attitude -> Intention	0,476	0,499	0,066	7,215	0,000
Dominance Arousal ->	0,638	0,644	0,043	14,700	0,000
Dominance Pleasure ->	0,329	0,328	0,065	5,086	0,000
Pleasure -> Attitude	0,518	0,533	0,071	7,301	0,000

Hubungan antar konstruk juga dapat dilihat dari gambar Model Bootstrapping

Gambar 4. Model Bootstrapping



Dari tabel dan gambar berikut dapat dijelaskan parameter dari masing-masing variabel:

1. Pada hubungan *Arousal* dengan *Pleasure*, Nilai t hitung variabel *Arousal* adalah 9,925. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya *Arousal* memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *Pleasure*.
2. Pada hubungan *Attitude* dengan *Intention*, Nilai t hitung variabel *Attitude* adalah 7,215. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya *Attitude* memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *Intention*.
3. Pada hubungan *Dominance* dengan *Arousal*, Nilai t hitung variabel *Dominance* adalah 14,700. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya *Dominance* memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *Arousal*.
4. Pada hubungan *Dominance* dengan *Pleasure*, Nilai t hitung variabel *Dominance* adalah 5,086. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya *Dominance* memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *Pleasure*.
5. Pada hubungan *Pleasure* dengan *Attitude*, Nilai t hitung variabel *Pleasure* adalah 7,301. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya *Pleasure* memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap *Attitude*.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square*. Berikut nilai dari *R Square*

Tabel 4. R Square

	R Square
Arousal	0,408
Attitude	0,268
Intention	0,227
Pleasure	0,645

Berdasarkan Tabel 4 untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model *R square*. Nilai R^2 (*R squared*) yang diperoleh variabel *Arousal* adalah 0,408. Artinya *Arousal* memberikan pengaruh

sebesar 40,8 %. Nilai R^2 (R squared) yang diperoleh variabel Attitude adalah 0,268. Artinya Attitude memberikan pengaruh sebesar 26,8 %. Nilai R^2 (R squared) yang diperoleh variabel Intention adalah 0,227. Artinya Intention memberikan pengaruh sebesar 22,7 %. Dan Nilai R^2 (R squared) yang diperoleh variabel Pleasure adalah 0,645. Artinya Pleasure memberikan pengaruh sebesar 64,5 %.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pada hubungan Arousal dengan Pleasure, Nilai t hitung variabel Arousal adalah 9,925. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya Arousal memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Pleasure.
2. Pada hubungan Attitude dengan Intention, Nilai t hitung variabel Attitude adalah 7,215. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya Attitude memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Intention.
3. Pada hubungan Dominance dengan Arousal, Nilai t hitung variabel Dominance adalah 14,700. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya Dominance memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Arousal.
4. Pada hubungan Dominance dengan Pleasure, Nilai t hitung variabel Dominance adalah 5,086. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya Dominance memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Pleasure.
5. Pada hubungan Pleasure dengan Attitude, Nilai t hitung variabel Pleasure adalah 7,301. Karena nilai t hitung nya lebih besar dari 1,96 maka H_0 diterima artinya Pleasure memberikan pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Attitude.
6. Untuk R square pleasure memberikan pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya dengan nilai 0,645 atau 64,5%

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian, maka penulis memberikan saran yaitu agar pemerintah merealisasikan strategi-strategi pengembangan untuk akomodasi, tempat makan dan minum, tempat belanja, dan fasilitas umum agar lebih gencar lagi untuk mencari investor, agar menjalin kerjasama dengan berbagai bidang terutama bidang pariwisata, agar melakukan research terkait kebutuhan wisatawan terhadap akomodasi, tempat makan dan minum, tempat belanja, dan fasilitas umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22, 135-147.
<https://regional.kompas.com/read/2018/09/23/11321551/melihat-kembali-gempa-lombok-2018-dan-sejarah-kegempaannya>
<https://www.timesindonesia.co.id/read/183077/20180916/225112/pasca-gempa-lombok-menpar-ri-kunjungan-wisatawan-alami-penurunan/>
- Laporan Kinerja (Lakip) Kementerian Pariwisata Tahun 2017. (2018). Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2017.
- Lehto, X.R., Douglas, A.C., & Park, J.K. (2007). Mediating the Effect of natural disasters on travel intention. *Journal of travel and tourism marketing*. Vol. 23, No. 2/4, 29-43.
- Santana, G. (2003). Crisis management and tourism: Beyond the rhetoric. *Journal of travel & tourism marketing*, 15(4), 299-321.
- Saputra, Endang. (2017). "Menpar: Sektor Pariwisata Tumbuh Pesat dan Sumbang PDB Signifikan". <https://jpp.go.id/ekonomi/pariwisata/306029-men-ar-sektor-pariwisata-tumbuh-pesat-dan-sumbang-pdb-signifikan> (diakses 2 Januari 2019).

- Scott, N. dan Laws, E. (2005). Tourism crises and disasters: enhancing understanding of system effects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2/3), 151-160.
- Ward, J. C., & Barnes, J. W. (2001). Control and affect: the influence of feeling in control of the retail environment on affect, involvement, attitude, and behavior. *Journal of Business Research*, 54(2), 139-144