Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam,
Pendidikan, Ekonomi, Humaniora
Vol. 9 No. 1 Januari 2023, hal.150-163

p-ISSN: 2442-384X
e-ISSN: 2548-7396

ANALISIS PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA LEMBAH HARAU KABUPATEN LIMA PULUH KOTA

Derizal
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
Corresponding Author: e-mail: derizal002@gmail.com

Joko Haryono
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
e-mail: joko.haryono@stptrisakti.ac.id

Flavina Maria Olivia Lasut
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
e-mail: Fmolivialasut@gmail.com

S. Pantja Djati
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
e-mail: spantjadjati@stptrisakti.ac.id

Nurbaeti
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti
e-mail: nurbaeti@stptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This study aims to explore the factors that influence tourists' intentions to visit the Harau Valley Tourism Object, using the theory of planned behavior as the main research framework and added risk perception. In this study, the people who visited the Harau Valley Tourism Object became the object of research. A total of 115 questionnaires were distributed on the internet using a purposive sampling method. All data is verified by descriptive statistics and Partial Least Square analysis with SmartPLS4 tool. The results of this study are as follows. First, perceived Attitude and Behavioral Control have a significant effect on the intention to visit the Harau Valley Tourism Object which can be seen from the p-value smaller than alpha 1%. Subjective norms do not significantly affect the intention to visit the Lembah Harau Tourism Object, which can be seen from the p-value greater than 1% alpha. If you look at the indirect relationship, significant risk perception directly influences attitudes and indirectly influences the intention to visit the Lembah Harau Tourism Object, but is not directly significant to the Subjective Norm and indirectly to the intention to visit the Lembah Harau Tourism Object.
Keywords: Attitude; Subjectve Norms; Perceived Behavior Control; Risk Perception; Intention to visit

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau, dengan menggunakan teori perilaku terencana sebagai kerangka penelitian utama dan ditambah persepsi resiko. Dalam penelitian ini, masyarakat yang pernah berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau menjadi objek penelitian. Sebanyak 115 kuesioner disebar di internet dengan metode purposive sampling. Semua data diverifikasi dengan statistik deskriptif dan analisis *Partial Least Square* dengan alat SmartPLS4. Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan signifikan berpengaruh terhadap niat berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau yang terlihat dari nilai *p-value* lebih kecil dari alfa 1%. Norma Subjektif tidak signifikan secara langsng mempengaruhi niat berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau yang terlihat dari nilai *p-value* lebih besar dari alfa 1%. Jika melihat hubungan tidak langsung, Persepsi Resiko signifikan secara langsung mempengaruhi sikap dan berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau, tetapi tidak signifikan secara langsung terhadap Norma Subjektif dan tidak langsung terhadap Niat berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau.

Kata Kunci: sikap; Norma Subjektif; Kontrol Perilaku yang dirasakan; Persepsi resiko; Niat berkunjung

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata diprediksi menjadi berkonstribusi sektor penggerak utama pada perekonomian di abad 21, bersama dengan industri teknologi dan informasi, dikarenakan pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan paling cepat berkembang di sektor jasa (Effendi, Bakri, & Rusita, 2015). Data dari Kementerian Pariwisata 2018 mengungkapkan bahwa sejak 2014, sektor pariwisata Indonesia berada pada posisi keempat dalam perolehan devisa negara, setelah minyak dan gas bumi, batu bara dan kelapa sawit. Oleh karena itu, mendorong pengembangan pariwisata merupakan salah satu upaya untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan lapangan pekerjaan yang lebih luas. Hal tersebut didukung oleh Nawa Cita Presiden Joko Widodo yang mengungkapkan bahwa pariwisata akan menjadi salah satu sektor prioritas pembangunan nasional dan diharapkan dapat menjadi *leading sector* serta mampu menggerakkan sektor industri lainnya.

Suatu keadaan yang membuat wisatawan tertarik berkunjung dikenal dengan atraksi wisata (Novita, 2017). Dalam Cooper et al. (1993) yang dikutip dari Sánchez-cañizares et al. (2021) mengungkapkan bahwa “terdapat tiga jenis atraksi wisata yaitu atraksi alami, atraksi buatan manusia itu sendiri, dan atraksi budaya. Masyarakat yang konsumtif atau membeli produk yang disuguhkan dan dipasarkan media masa semakin meningkatkan peluang untuk majunya sektor pariwisata karena semakin bertambahnya rasa ingin tahu wisatawan”.

Menurut (Pandjaitan, 2018) hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian salah satunya dilihat dari perilaku konsumen. Proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah untuk

barang berharga jual rendah *(low involvement),* sedangkan proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang untuk barang berharga jual tinggi *(high involvement).* Swaarbroke (2007) mengungkapkan pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan dasar yang sangat baik untuk menyusun manajemen pemasaran. Adanya informasi tentang variabel-variabel perilaku konsumen akan memudahkan stakeholder memilih bauran pemasaran yang akan semakin meningkatkan keuntungan. Jika dilihat dari kunjungan akan meningkatkan pendapatan daerah.

Salah satu teori yang menjelaskan mengenai keputusan memilih adalah Teori Perilaku Terencana atau *Theory of Planned Behaviour* menurut (Ajzen, 1991). Intensi atau niat dari berkunjung yang akan memutuskan untuk memilih menurut (Ajzen, 1991) dipengaruhi oleh Sikap *(Attitude),* norma subjektif dan *Perceived Behavior Control.* Sikap menggambarkan bagaimana keyakinan seseorang terhadap konsekuensi perilaku dan evaluasi dari perilaku tersebut. Norma Subjektif mengenai tekanan sosial yang akan diterima dari perilaku. Sedangkan *Perceived Behavior Control (PBC)* mencerminkan faktor-faktor yang cenderung mempermudah atau menghambat perilaku yang dilakukan.

Penelitian Shen & Shen (2020) mengungkapkan bahwa Sikap berpengaruh langsung terhadap niat berkunjung wisatawan di kampong Tradisional China. Hasil senada di tunjukkan oleh (Sánchez-cañizares et al., 2021) pada kunjungan di Spanyol. Panwanitdumrong & Chen (2021) dengan menggunakan teori perilaku terencana yang diperluas *(extended)* pada wisatwan pesisir di Thailand juga menghasilkan hasil yang signifikan positif antara sikap dan niat berkunjung wisatawan. Penelitian Trapsila (2005) menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap minat berkunjung pada objek wisata alam hutan wisata Penggaron. Selain itu, hasil enada diperoleh oleh Anggrein (2009); Daniswara, Suhud, & Corry (2019); Wahyuni & Yusuf (2022) (Liu, Wu, & Che, 2019); (Gosal, Andajani, & Rahayu, 2020); (Erul et al., 2020); (Renanita, 2015); Jiwandono, Kusumawati, & Sunarti (2020) dan Budhiraharja & Thajono, (2020) juga menunjukkan Sikap berpengaruh signifikan postitif terhadap Niat Berkunjung Wisatawan. Berbeda dengan itu penelitian Bae & Chang, (2021) menghasilkan sikap tidak signifikan berpengaruh terhadap niat berkunjung.

Penelitian Shen & Shen (2020) mengungkapkan bahwa Norma subjektif berpengaruh signifikan langsung dan tidak langsung terhadap niat kunjungan wisatawan di perkampungan tradisonal China. Sánchez-cañizares et al. (2021) juga menunjukkan hasil yang signifikan Norma Subjektif terhadap niat berkunjung. Panwanitdumrong & Chen (2021) dengan menggunakan teori perilaku terencana yang diperluas *(extended)* pada wisatawan pesisir di Thailand juga menghasilkan hasil yang signifikan positif antara Norma Subjektif dan niat berkunjung wisatawan. Penelitian Trapsila (2005) menunjukkan bahwa Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap minat berkunjung pada objek wisata alam hutan wisata Penggaron. Selain itu, Erul et al., (2020); (Renanita, 2015); Jiwandono, Kusumawati, & Sunarti (2020); Lin et al., (2021); Budhiraharja & Thajono, (2020); Daniswara, Suhud, & Corry (2019); serta Wahyuni & Yusuf (2022) juga menunjukkan hasil positif signifikan pengaruh Norma Subjektif tehadap Terhadap Minat

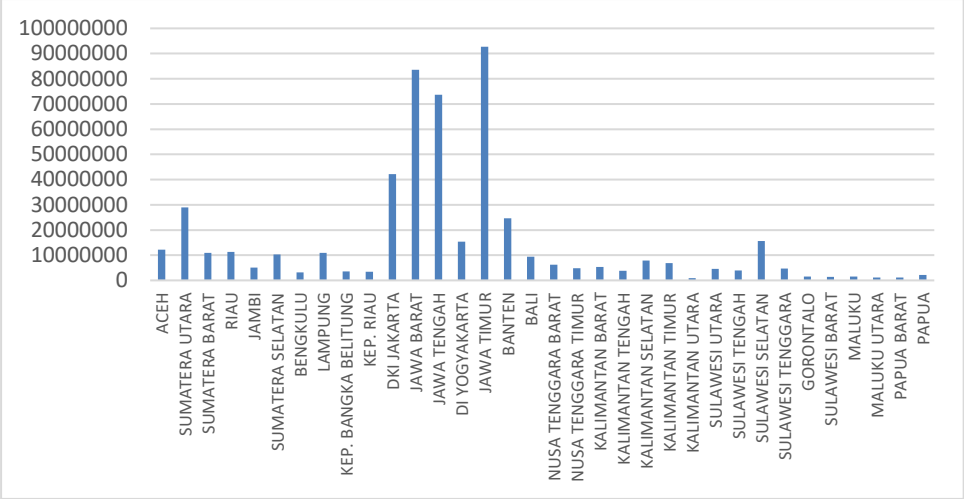
Berkunjung Wisatawan. Berbeda dengan itu, penelitian oleh Renanita, (2015) dan Shadrina dan Fuad (2022); Bae & Chang (2021) menemukan bahwa Norma subjektif tidak signifikan mempengaruhi minat dan kunjungan wisatawan.

Indikator ketiga berupa kontrol perilaku yang dirasakan atau *Perceived Behavior control (PBC).* Sánchez-cañizares et al. (2021) menunjukkan hasil yang signifikan PBC terhadap niat berkunjung. Senada dnegan itu, Panwanitdumrong & Chen (2021) dengan menggunakan teori perilaku terencana yang diperluas *(extended)* pada wisatwan pesisir di Thailand signifikan positif antara PBC dengan niat berkunjung wisatawan lingkungan. Selain itu, Bae & Chang (2021); Boguszewicz-Kreft, Kuczamer-Kłopotowska, & Kozłowski, (2022) juga menunjukan hasil signifikan. Akan tetapi, Liu et al. (2019) menunjukkan hasil tidak signifikan antara PBC dengan niat kunjungan serta Penelitian Shen & Shen (2020) juga mengungkapkan bahwa PBC berpengaruh tidak signifikan langsung dan tidak langsung terhadap niat kunjungan wisatawan di perkampungan tradisonal China.

Pandemi COVID-19 menyebabkan akan ada perubahan perilaku manusia, termasuk dalam niat berkunjung. Persepsi Resiko bisa menjadi peluang mempengaruhi secara langsung sikap dan Norma Subjektif, dan bisa secara langsung mempengaruhi niat kunjungan. Sánchez-cañizares et al. (2021) mengungkapkan pengurangan resiko berdampak negative signifikan terhadap sikap dan PBC. Boguszewicz-Kreft, Kuczamer-Kłopotowska, & Kozłowski, (2022) mempehatikan wisata medis di Polanda, Turkey, dan Jordania menunjukkan bahwa *perceived Risk* signifikan mempengaruhi secara langsung terhadap sikap dan berpengaruh tidak langsung terhadap niat berkunjung. Selain itu, oleh Bae & Chang (2021) menunjukkan pengurangan resiko tidak siginifikan terhadap sikap dan norma subjektif tetapi signifikan terhadap niat kunjungan.

Pariwisata Sumatera Barat menjadi kekuatan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Hal ini didukung oleh topografi yang kompleks, dimulai dari bergunung-gunung, sungai-sungai, lembah, sungai, bahkan kekayaan laut yang luar biasa. Kekayaan keindahan alam juga diperkaya dengan ragam budaya dan kearifan lokal. Semakin bagusnya sekotor pariwisata akan menjadi sendi-sendi ekonomi masyarakat.

Pada gambar 1. Memperlihatkan rata-rata Kunjungan wisatwan nusantara di Provinsi yang ada di Indoensia pada tahun 2018-2020. Secara rata-rata jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang masuk ke Sumatera Barat sebanyak 10.915.063 orang. Jika dilihat dari rangking jumlah kunjungan wisatawan nusantara Sumatera berada pada rangking 11 dari 34 Provinsi di Indoensia dan no 3 di pulau Sumatera.



Gambar 1. Rata-rata Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Orang) dari tahun 2018-2020 di Provinsi Sumatera Barat (Sumber: BPS Indonesia (2022))

Jika dilihat dari secara-rata-rata tahun 2018-2020 Kota Padang merupakan Kota yang menerima kunjungan wisatawan terbanyak, rangking kedua Kota Bukittinggi dan ketiga Padang Pariaman. Tabel 1. Menunjukkan Kunjungan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat (orang) pada tahun 2021 pasca pandemic COVID 19. Hasil memperliatkan bahwa adanya pergeseran kunjungan dimana Kota Padang rangking 5. Kota Bukittinggi di Posisi no 1 dan rangking 2 Kabupaten Solok dan ketiga dididuduki oleh Kabupaten Lima Puluh Kota. Hal menarik yang bisa terlihat adalah adanya pergeseran kunjungan, terkhusus Kabupaten Lima Puluh kota, dimana secara rata-rata sebelum pandemi COVID berada pada rangking 8, dan pada tahun 2021 pada rangking 3.

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat (orang)

Kabupaten/Kota	2021	rangking
Kab. Kepulauan Mentawai	318	19
Kab. Pesisir Selatan	354297	6
Kab. Solok	703300	2
Kab. Sijunjung	60533	15
Kab. Tanah Datar	340363	7
Kab. Padang Pariaman	100144	11
Kab. Agam	509428	4
Kab. Lima Puluh Kota	624155	3
Kab. Pasaman	11812	18
Kab. Solok Selatan	61199	14
Kab. Dharmasraya	54908	16
Kab. Pasaman Barat	23503	17
Kota Padang	376534	5
Kota Solok	181154	10
Kota Sawahlunto	91027	12
Kota Padang Panjang	215073	9

Kota Bukittinggi	748074	1
Kota Payakumbuh	77747	13
Kota Pariaman	252317	8
Provinsi Sumatera Barat	4785886	

Sumber : BPS Sumatera Barat (2022)

Salah satu objek yang sangat terkenal adalah Lembah Harau. BPS Lima Puluh Kota mengungkapkan 2016-2022 objek wisata lembah Harau meraih jumlah kunjungan yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan di Lima Puluh Kota, lalu diikuti oleh wisata alam pemandian Batang Tabik dan Kapalo Banda.

Berdasarkan gap hasil lieteratur review dan fenomena yang terjadi, maka penulis ingin melihat bagaimana pengaruh Sikap, Norma Subjektif, *Perceive Behavior Control* dan Resiko Persepsi terhadap Niat berkunjung ke Lembah Harau.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian yang ada berdasarkan variabel yang diteliti (Sekaran and Bougie, 2016). Data yang digunakan adalah *cross-sectional studies* atau penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data satu kali pada satu waktu. Sampel diambil berdasarkan Hair et.al (2014) yaitu jumlah indikator dikali 5. Indikator 23 dikali 5= 115 responden. Sehingga Sampel yang diambil sebanyak 115 responden. Dan teknik pengambilan sampel adalah berdasarkan teknik *non-probability sampling* dengan *convenience sampling.*

Jenis data yang digunakan adala dua yaitu data primer didapatkan dengan metode pengumpulan data observasi, dan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibuat secara *online* dengan skala *likert.* Kemudian data sekunder didapatkan dari buku, jurnal, artikel dan publikasi lainnya.

Analisis data penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dengan memanfaatkan PLS-SEM atau *Structural Equation Modelling* untuk mengukur dan menganalisis hubungan antar variabel. *Partial Least Square* (PLS) adalah sebuah model kausal (sebab akibat) yang menjelaskan pengaruh antar variabel pada variabel konstruk. Tahapan analisis data yang dilakukan yaitu uji model pengukuran (*outer model*), uji model struktural (*inner model*), dan pengujian pengaruh tidak langsung. Alat statistik yang digunakan adalah SmartPLS4.

PEMBAHASAN

A. Hasil Deskriptif

Data di bawah ini menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) dari jawaban responden terhadap pertanyaan dari variabel Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X3) dan Minat Kunjungan (Y).

Tabel 2. Hasil tabel Deskriptif

Indikator	***Mean***	***Median***	***Observed min***	***Observed max***	***Standard deviation***
Niat Berkunjung 1	3.622	4.000	2.000	5.000	0.828
Niat Berkunjung 2	3.829	4.000	1.000	5.000	0.869
Niat Berkunjung 3	3.613	4.000	1.000	5.000	1.067
Sikap 1	3.739	4.000	1.000	5.000	1.071
Sikap 2	3.982	4.000	2.000	5.000	0.949
Sikap 3	3.856	4.000	1.000	5.000	0.938
Sikap 4	3.712	4.000	1.000	5.000	0.962
Sikap 5	3.658	4.000	1.000	5.000	0.973
Norma Subjektif 1	3.811	4.000	1.000	5.000	0.973
Norma Subjektif 2	3.757	4.000	1.000	5.000	0.903
Norma Subjektif 3	3.793	4.000	1.000	5.000	0.969
Norma Subjektif 4	3.838	4.000	1.000	5.000	0.982
Norma Subjektif 5	3.766	4.000	2.000	5.000	0.900
Norma Subjektif 6	3.748	4.000	1.000	5.000	0.963
Kontrol Perilaku dirasakan 1	3.820	4.000	1.000	5.000	1.133
Kontrol Perilaku dirasakan 2	3.838	4.000	2.000	5.000	0.973
Kontrol Perilaku dirasakan 3	3.450	3.000	2.000	5.000	0.908
Kontrol Perilaku dirasakan 4	3.721	4.000	1.000	5.000	0.970
Kontrol Perilaku dirasakan 5	3.667	4.000	1.000	5.000	0.971
Persepsi Resiko 1	3.568	4.000	1.000	5.000	1.045
Persepsi Resiko 2	3.000	3.000	1.000	5.000	1.147
Persepsi Resiko 3	3.036	3.000	1.000	5.000	1.056
Persepsi Resiko 4	2.937	3.000	1.000	5.000	0.942

Sumber data: Hasil Olahan Data (2022)

B. Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Untuk menganalisis Model pengukuran (Outer Model) yaitu dengan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas pengujian validitas harus menguji hubungan dari hubungan antar variabel salah satu dengan cara melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dengan syarat nilai AVE yang diharapkan > 0,50. Berikut hasil pengujian validitas AVE:

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas AVE

Variabel	***Average variance extracted (AVE)***
Niat Berkunjung	0.757
Sikap	0.715

Norma Subjektif	0.761
Kontrol Perilaku dirasakan	0.579
Persepsi Resiko	0.563

Sumber data: Hasil Olahan Data (2022)

Uji reliabilitas digunakam untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Nilai *composite reliability dan Cronhbach's alpha* harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6 – 0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat exploratory (Ghozali & Latan, 2015). Dari tabel 4 terlihat bahwa Nilai *composite reliability dan Cronhbach's alpha* lebih besar dari 0.7 arinya data bersifat *confirmatory. Sehingga* disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah reabilitas pada model di uji.

Tabel. 4. Hasil pengujian Validitas dan Reabilitas Komposit

Variabel	***Cronbach's alpha***	***Composite reliability (rho a)***	***Composite reliability (rho c)***
Niat Berkunjung	0.819	0.820	0.873
Sikap	0.841	0.849	0.904
Norma Subjektif	0.937	0.937	0.950
Kontrol Perilaku dirasakan	0.736	0.799	0.835
Persepsi Resiko	0.899	0.901	0.926

Sumber data: Hasil Olahan Data (2022)

C. Hasil Pengujian Stuktural (Inner Model)

Pengujian hubungan dari indikator penyusun variabel merupakan defenisi dari Pengujian model structural. Rangkaian uji model struktural adalah menghitung nilai *R-Squares.*

Tabel. 5. Hasil R Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Niat Berkunjung	0.660	0.647
Sikap	0.115	0.107
Norma Subjektif	0.057	0.049

Sumber data: Hasil Olahan Data (2022)

Hasil menunjukkan bahwa sebesar 66,6% variabel Niat berkunjung mampu dijelaskan oleh Konstruk Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), dan Kontrol Perilaku yang dirasakan (X3) sisanya sebesar 34% diterangkan oleh konstruk lainnnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya hasil dari pengaruh Persepsi Resiko mampu mempengaruhi Sikap sebesar 5,7% sisanya diterangkan oleh konstruk lainnnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan pada Norma

Subjektif mampu dipengaruhi Persepsi Resiko sebesar 11,5% sisanya diterangkan oleh konstruk lainnnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini.

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan nilai *p-value*. Dimana p value lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *tingkat alfa 10% (derajat kepercayaan 90%),* berarti hipotesis didukung.

	Hasil Hipotesis	P Value	(Path Coefficient) Total effects	Hasil
H1	Sikap -> Niat Berkunjung	0.050**	0.223	Didukung
H2	Norma Subjektif -> Niat Berkunjung	0.260	0.489	Tidak Didukung
H3	Kontrol Perilaku dirasakan -> Niat Berkunjung	0.060*	0.185	Didukung
H4	Persepsi Resiko -> Niat Berkunjung	0.001**	0.340	Didukung
H5	Persepsi Resiko -> Norma Subjektif	0.061*	0.240	Didukung
H6	Persepsi Resiko -> Sikap	0.130	0.019	Tidak Didukung

Catatan: *signifikan pada alfa 1%, ** signifikan alfa 5%

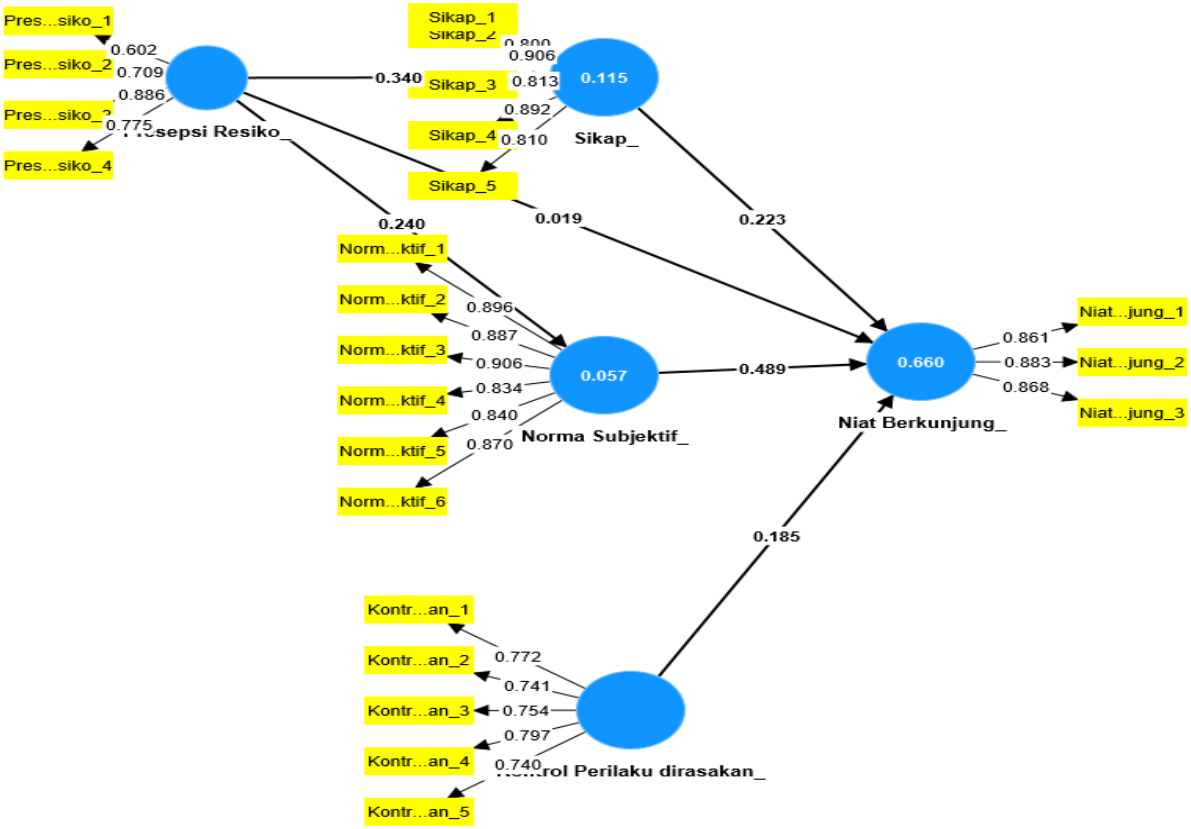
Berdasarkan hasil pada tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian untuk hipotesis pertama (H1) yakni pengaruh sikap (Attitude) terhadap niat Berkunjung ke Wisata Lembah Harau didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.050 < 0.1 maka dapat disimpulkan bahwa sikap memiliki pengaruh secara langsung niat berkunjung dan H1 didukung.

Selanjutnya Norma Subjektif. Dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian untuk hipotesis kedua (H2) yakni pengaruh Norma Subjektif *(Subjective Norm*) terhadap niat Berkunjung ke Wisata Lembah Harau didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.260 > 0.1 maka dapat disimpulkan bahwa Norma Subjektif tidak memiliki pengaruh secara langsung niat berkunjung dan H2 tidak didukung.

Selanjutnya Kontrol Perilaku yang dirasakan. Dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian untuk hipotesis ketiga (H3) yakni pengaruh Kontrol Perilaku yang dirasakan *(Perceive Behavior Control*) terhadap niat Berkunjung ke Wisata Lembah Harau didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.060 < 0.1 maka dapat disimpulkan bahwa Kontrol Perilaku yang dirasakan *(Perceive Behavior Control*) memiliki pengaruh secara langsung niat berkunjung ke Objek Wisata lembah Harau dan H3 didukung.

Analisis pengaruh Persepsi Resiko. Dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian untuk hipotesis keempat (H4) yakni pengaruh Persepsi Resiko terhadap Sikap ke Wisata Lembah Harau didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.001 < 0.1 (alpha) maka dapat disimpulkan bahwa persepsi Resiko memiliki pengaruh secara langsung terhadap sikap Kunjungan wisatawan *ke Objek Wisata lembah Harau* dan H4 didukung. Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Norma Subjektif ke Wisata Lembah Harau didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.061 < 0.1 (alpha) maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Resiko memiliki pengaruh secara langsung terhadap Norma Subjektif Kunjungan wisatawan *ke Objek Wisata lembah Harau* dan H5 didukung. Hasil pengujian untuk

hipotesis keenam (H6) yakni pengaruh Persepsi Resiko terhadap Sikap ke Wisata Lembah Harau didapatkan nilai *p-value* sebesar 0.130 > 0.1 (alpha) maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Resiko tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap Niat berkunjung wisatawan *ke Objek Wisata lembah Harau* dan H6 tidak didukung.



Gambar 2. Hasil Model berdasarkan koefisien jalur (*Path coefficient)*
Sumber: Data Olahan (2022)

E. Analisis

Berdasarkan hasil pada tabel terlihat sikap memiliki pengaruh secara langsung niat berkunjung dan H1 didukung. Nilai koefisien adalah 0,223 artinya dengan asumsi variabel *cateris paribus* maka sebesar 22,3% mempengaruhi Niat berkunjung ke Objek wisata Lembah Harau. Hasil ini sejalan dengan Teori Perilaku terencana (ajzen 1991) dan penelitian terdahulu Anggrein (2009); Daniswara, Suhud, & Corry (2019); Wahyuni & Yusuf (2022) (Liu et al., 2019); (Gosal et al., 2020); (Erul et al., 2020); (Renanita, 2015); Jiwandono, Kusumawati, & Sunarti (2020) dan Budhiraharja & Thajono, (2020) juga menunjukkan Sikap berpengaruh signifikan postitif terhadap Niat Berkunjung Wisatawan.

Selanjutnya variabel Norma Subjektif disimpulkan bahwa Norma Subjektif tidak memiliki pengaruh secara langsung niat berkunjung dan H2 tidak didukung. Hasil ini senada dengan penelitian oleh Renanita, (2015) dan Shadrina dan Fuad (2022); Bae & Chang (2021) menemukan bahwa Norma subjektif tidak signifikan mempengaruhi minat dan kunjungan wisatawan.

Selanjutnya Kontrol Perilaku disimpulkan bahwa Kontrol Perilaku yang dirasakan *(Perceive Behavior Control*) memiliki pengaruh secara langsung niat

berkunjung ke Objek Wisata lembah Harau dan H3 didukung. Nilai koefisien adalah 0,185 artinya dengan asumsi variabel *cateris paribus* maka sebesar 18,5% mempengaruhi Niat berkunjung ke Objek wisata Lembah Harau. Hasil pengaruh signifikan sejalan dengan Sánchez-cañizares et al. (2021) menunjukkan hasil yang signifikan PBC terhadap niat berkunjung. Senada dnegan itu, Panwanitdumrong & Chen (2021) dengan menggunakan teori perilaku terencana yang diperluas *(extended)* pada wisatwan pesisir di Thailand signifikan positif antara PBC dengan niat berkunjung wisatawan lingkungan. Selain itu, Bae & Chang (2021); Boguszewicz-Kreft, Kuczamer-Kłopotowska, & Kozłowski, (2022) juga menunjukan hasil signifikan.

Analisis pengaruh Persepsi Resiko dapat disimpulkan bahwa Persepsi Resiko memiliki pengaruh secara langsung terhadap sikap Kunjungan wisatawan *ke Objek Wisata lembah Harau* dan H4 didukung. Nilai koefisien adalah 0,340 artinya dengan asumsi variabel *cateris paribus* maka 34,0 % mempengaruhi Sikap Wisatawan berkunjung ke Objek wisata Lembah Harau. Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Norma Subjektif dapat disimpulkan bahwa Persepsi Resiko memiliki pengaruh secara langsung terhadap Norma Subjektif Kunjungan wisatawan *ke Objek Wisata lembah Harau* dan H5 didukung. Nilai koefisien adalah 0,24 artinya dengan asumsi variabel *cateris paribus* maka 24,0 % mempengaruhi Norma Subjektif Wisatawan berkunjung ke Objek wisata Lembah Harau. Hasil pengujian untuk hipotesis keenam (H6) yakni Persepsi Resiko tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap Niat berkunjung wisatawan *ke Objek Wisata lembah Harau* dan H6 tidak didukung. Sánchez-cañizares et al. (2021) mengungkapkan pengurangan resiko berdampak negative signifikan terhadap sikap dan PBC. Boguszewicz-Kreft, Kuczamer-Kłopotowska, & Kozłowski, (2022) mempehatikan wisata medis di Polanda, Turkey, dan Jordania menunjukkan bahwa *perceived Risk* signifikan mempengaruhi secara langsung terhadap sikap dan berpengaruh tidak langsung terhadap niat berkunjung.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat Wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau, dengan menggunakan teori perilaku terencana sebagai kerangka penelitian utama dan ditambah persepsi resiko. Dalam penelitian ini, masyarakat yang berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau menjadi objek penelitian. Salah satu objek yang sangat terkenal adalah Lembah Harau. BPS Lima Puluh Kota mengungkapkan 2016-2022 objek wisata lembah Harau meraih jumlah kunjungan yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan di Lima Puluh Kota. Responden yang digunakan adalah 111 responden yang didapat dari sebaran form di internet dengan metode *purposive sampling.* Semua data diverifikasi dengan statistik deskriptif dan analisis *Partial Least Square* dengan alat SmartPLS4. Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut. Pertama, Sikap dan Kontrol Perilaku yang dirasakan signifikan berpengaruh terhadap niat berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau. Norma Subjektif tidak signifikan secara langsng mempengaruhi niat berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau. Jika melihat hubungan tidak langsung, Persepsi Resiko signifikan secara langsung mempengaruhi sikap dan berpengaruh

secara tidak langsung terhadap niat berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau, tetapi tidak signifikan secara langsung terhadap Norma Subjektif dan tidak langsung terhadap Niat berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau. Diharapkan bidang pemasaran atau pemerintah setempat membuat bauran pemasaran sehingga mempengaruhi sikap dan perilaku yang dirasakan oleh masyarakat untuk berkunjung ke Objel Wisata Lembah Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota.

DAFTAR PUSTAKA

Bae, S. Y., & Chang, P. (2021a). *Current Issues in Tourism The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards ' untact ' tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). 19*. https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895

Bae, S. Y., & Chang, P. J. (2021b). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact' tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, *24*(7), 1017–1035. https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895

Boguszewicz-Kreft, M., Kuczamer-Kłopotowska, S., & Kozłowski, A. (2022). The role and importance of perceived risk in medical tourism. Applying the theory of planned behaviour. *PLoS ONE*, *17*(1 January), 1–27. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262137

Budhiraharja, G., & Thajono, H. K. (n.d.). *The Using Of Theory Of Planned Behavior Approach For Analyzing The Influence Of Electronic Word Of Mouth (Ewom) Towards Intention To Travel To Yogyakarta*.

Daniswara, A. S., Suhud, U., & Corry, Y. (2019). Motivasi, Norma Subyektif dan Sikap dalam Mempengaruhi Niat Berlibur ke Pulau Belitung. *Jurnal Perjalanan Wisata, Destinasi, Dan Hospitalitas*, *1*(1), 34–55.

Erul, E., Woosnam, K. M., Mcintosh, W. A., Erul, E., Woosnam, K. M., & Mcintosh, W. A. (2020). Considering emotional solidarity and the theory of planned behavior in explaining behavioral intentions to support tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, *0*(0), 1–16. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1726935

Gosal, J., Andajani, E., & Rahayu, S. (2020). The Effect of e-WOM on Travel Intention, Travel Decision, City Image, and Attitude to Visit a Tourism City. *Advances in Economics, Business and Management Research*, *115*(Insyma), 261–265. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200127.053

Jiwandono, D., Kusumawati, A., & Sunarti. (2020). Pengaruh Ewom Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Melalui Attitude , Subjective Norms, Dan Perceived. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–14.

Lin, C. W., Tsai, Y. X., Chang, Y. S., Ding, Y. J., Liu, J. C., & Lin, Y. S. (2021). Applying the Decomposed Theory of Planned Behavior to Explore the Influencing Factors of NTC App Usage Intention. *Journal of Function Spaces*, *2021*. https://doi.org/10.1155/2021/7045242

Liu, J., Wu, J. S., & Che, T. (2019). Understanding perceived environment quality in affecting tourists' environmentally responsible behaviours: A broken windows theory perspective. *Tourism Management Perspectives*, *31*(41471467), 236–244. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.007

Pandjaitan, D. R. H. (2018). *Perilaku Konsumen Indonesia Memilih Destinasi Wisata Halal*.

Panwanitdumrong, K., & Chen, C. (2021). Investigating factors influencing tourists ' environmentally responsible behavior with extended theory of planned behavior for coastal tourism in Thailand. *Marine Pollution Bulletin*, *169*(January), 112507.

https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2021.112507

Renanita, T. (2015). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Intensi dan Perilaku Berwisata Masyarakat serta Implikasinya bagi Entrepreneurship Bidang Pariwisata. *Jurnal Enterpreneur Dan Enterpreneurship*, *4*(1–2), 49–58.

Sánchez-cañizares, S. M., Cabeza-ramírez, L. J., Muñoz-, G., Fuentes-garcía, F. J., Cabeza-ramírez, L. J., & Fuentes-garcía, F. J. (2021). *Current Issues in Tourism Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel Impact of the perceived risk from Covid-19 on intention to travel*. https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1829571

Shen, K., & Shen, H. (2020). *Chinese traditional village residents ' behavioural intention to support tourism : an extended model of the theory of planned behaviour*. https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0451

Wahyuni, S., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pascapandemi Covid-19 (Survei Pada Pengunjung Saung Bali Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *8*(September), 556–567.