BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Peneliti mennyebarkan kuesioner di kawasan Sudirman, Jakarta Pusat. Responden yang digunakan adalah karyawan yang bekerja di kawasan tersebut baik yang sudah maupun yang belum mengunjungi Pulau Komodo sebanyak 300 responden. Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 175 kuesioner melalui *google docs* dan menyebarkan secara fisik sebanyak 150 kuesioner. Responden ditanyai mengenai domisili, jenis kelamin, usia, pendidikan, status pernikahan dan pekerjaan. Dari seluruh responden jumlah responden laki-laki sebanyak 183 (61%) dan responden perempuan sebanyak 117 (39%).

Tabel IV.1
Jenis Kelamin dan Domisili Responden

			Domisili					**Total**
			Bekasi	**Bogor**	**Depok**	**Jakarta**	**Tangerang**	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Jumlah	28	26	14	92	23	183
		Persentase %	9.3%	8.7%	4.7%	30.7%	7.7%	61.0%
	Perempuan	Jumlah	15	17	14	56	15	117
		Persentase %	5.0%	5.7%	4.7%	18.7%	5.0%	39.0%
Total		Jumlah	43	43	28	148	38	300
		Persentase %	14.3%	14.3%	9.3%	49.3%	12.7%	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah laki-laki yang berdomisili di Jakarta sejumlah 92 orang (30.7%). Begitu juga dengan total keseluruhan jika digabungkan antara responden laki-laki dan

perempuan, responden terbanyak yaitu responden yang berdomisili di Jakarta sejumlah 148 orang (49.3%).

Tabel IV.2
Jenis Kelamin dan Usia Responden

			Usia						Total
			<18 tahun	**18 - 23**	**24 - 29**	**30 - 35**	**36 - 41**	**48 - 53**	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Jumlah	1	70	88	16	2	6	183
		Persentase %	0.3%	23.3%	29.3%	5.3%	0.7%	2.0%	61.0%
	Perempuan	Jumlah	0	47	55	13	1	1	117
		Persentase %	0.0%	15.7%	18.3%	4.3%	0.3%	0.3%	39.0%
Total		Jumlah	1	116	143	29	3	7	300
		Persentase %	0.3%	38.7%	47.7%	9.7%	1.0%	2.3%	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah laki-laki pada rentang usia 24-29 sebanyak 88 orang (29.3%). Begitu juga dengan total keseluruhan jika digabungkan antara responden laki-laki dan perempuan, responden terbanyak yaitu pada rentang usia 24-29 sebanyak 143 orang (47.7%).

Tabel IV.3
Jenis Kelamin dan Pendidikan Responden

			Pendidikan					Total
			Diploma	**S-1**	**S-2**	**S-2/S-3**	**SLTA**	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Jumlah	36	102	1	13	31	183
		Persentase %	12.0%	34.0%	0.3%	4.3%	10.3%	61.0%
	Perempuan	Jumlah	19	64	0	10	24	117
		Persentase %	6.3%	21.3%	0.0%	3.3%	8.0%	39.0%
Total		Jumlah	55	166	1	23	55	300
		Persentase %	18.3%	55.3%	0.3%	7.7%	18.3%	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah laki-laki dengan pendidikan tertinggi S-1 sebanyak 102 orang (34.0%). Begitu juga dengan total keseluruhan jika digabungkan antara responden laki-laki dan perempuan, responden yang mendominasi adalah responden dengan pendidikan tertinggi S-1 sebanyak 166 orang (55.3%).

Tabel IV.4
Jenis Kelamin dan Status Pernikahan Responden

			Status Pernikahan			**Total**
			Belum menikah	Bercerai	Menikah	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Jumlah	138	2	43	183
		Persentase %	46.0%	0.7%	14.3%	61.0%
	Perempuan	Jumlah	75	2	40	117
		Persentase %	25.0%	0.7%	13.3%	39.0%
Total		Jumlah	213	4	83	300
		Persentase %	71.0%	1.3%	27.7%	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah laki-laki yang belum menikah sejumlah 138 orang (46.0%). Begitu juga dengan total keseluruhan jika digabungkan antara responden laki-laki dan perempuan, responden yang mendominasi adalah responden yang belum menikah sebnayak 213 orang (71.0%).

Tabel IV.5
Jenis Kelamin dan Pekerjaan Responden

			Pekerjaan						**Total**
			Bekerja	Wirausaha	Keluar dari pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	Mahasiswa Sambil Bekerja	Tidak Dapat Bekerja	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Jumlah	183	0	0	0	0	0	183
		Persentase %	61.0%	0%	0%	0%	0%	0%	61.0 %
	Perempua	Jumlah	117	0	0	0	0	0	117

	n	Persentase %	39.0%	0%	0%	0%	0%	0%	39.0 %
Total		Jumlah	300	0	0	0	0	0	300
		Persentase %	100.0 %	0%	0%	0%	0%	0%	100%

Sumber : data diolah oleh peneliti

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh responden merupakan karyawan dan mayoritasnya adalah responden perempuan sejumlah 183 orang (61.0%).

4.2 Hasil Analisis

4.2.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis untuk menggambarkan keadaan data secara umum. Data tersebut merupakan jawaban dari responden yang telah mengisi kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Fungsi dari analisi deskriptif adalah untuk memberikan gambaran (deskripsi) mengenai suatu data agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagiorang yang membacanya.

a. Variabel Nilai (X1)

Pada variabel nilai, peneliti menggunakan empat dimensi dari nilai yaitu *functional value, emotional value, social value* dan *epistemic value* dengan total pertanyaan sembilan butir pernyataan yang memiliki opsi jawaban sesuai dengan skala *Likert* enam.

Tabel IV.6
Nilai Analisis Deskriptif Variabel Nilai (X1)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban						Total
		STS (1)	TS (2)	SDTS (3)	SDS (4)	S (5)	SS (6)	
	Functional Value							
1	Kualitas tempat wisata di Pulau Komodo konsisten	52	40	51	48	74	35	300
		17.3 %	13.3 %	17%	16%	24.7 %	11.7 %	100 %
2	Kualitas Pulau Komodo sesuai dengan standar yang dapat diterima	12	12	32	70	99	75	300
		4%	4%	10.7%	23.3 %	33%	25 %	100 %
	Emotional Value							
3	Pulau Komodo memberikan kenyamanan	4	11	33	70	99	83	300
		1.3%	3.7%	11%	23.3 %	33%	27.7 %	100 %
4	Pulau Komodo memberikap perasaan gembira	7	7	24	67	103	92	300
		2.3%	2.3%	8.1%	22.3 %	34.3 %	30.7 %	100 %
	Social Value							
5	Pengunjung Pulau Komodo mendapatkan pengakuan sosial dari orang lain	44	49	35	54	64	54	300
		14.7 %	16.3 %	11.7%	18%	21.3 %	18 %	100 %
6	Pulau Komodo memberikan kesan yang baik kepada pengunjungnya	10	18	32	72	95	73	300
		3.3%	6%	10.7%	24%	31.7 %	24.3 %	100 %
	Epistemic Value							
7	Pulau Komodo memberikan petualangan yang seru	17	16	41	56	101	69	300
		5.7%	5.3%	13.7%	18.7 %	33.7 %	23 %	100 %
8	Pulau Komodo memuaskan rasa ingin tahu	22	29	60	59	76	54	300
		7.3%	9.7%	20%	19.7 %	25.3 %	18 %	100 %
9	Pulau Komodo memberikan petualangan yang seru	20	39	57	60	68	56	300
		6.7%	13%	19%	20%	22.7 %	18.7 %	100 %
	Total Rata-Rata	6.96 %	8.18 %	13.53 %	20.59 %	28.86%	21.90%	

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Menurut analisis deskriptif pada variabel nilai, pada dimensi *functional value* pernyataan yang memilki jawaban paling banyak adalah pernyataan setuju dengan jumlah 74 dan 99 dengan persentase 24.7% dan 33%. Dalam data tersebut,

terdapat pernyataan dalam dimensi *functional value* yang mendapatkan respon positif dari responden yang hanya berbeda tujuh respon saja yaitu pada pernyataan pertama. Namun, secara keseluruhan respon yang didapat adalah positif.

Pada dimensi *emotional value* pernyataan yang memiliki jawaban paling banyak adalah pernyataan setuju dengan jumlah 99 dan 103 persentase 33% dan 34.3%. Menurut hasil analisis deskriptif tersebut, seluruh indikator dari dimensi *emotional value* mendapatkan respon yang positif dari responden.

Pada dimensi *social value* pernyataan yang memiliki jawaban paling banyak adalah pernyataan setuju dengan jumlah 64 dan 95 dan dengan persentase 21.3% dan 31.7%. Menurut hasil analisis deskriptif tersebut, seluruh indikator dari dimensi *social value* mendapatkan respon yang positif dari responden.

Pada dimensi *epistemic value* pernyataan yang memiliki jawaban paling banyak adalah pernyataan setuju dengan jumlah 101, 76 dan 68 dengan persentase 33.7%, 25.3% dan 22.7%. Menurut hasil analisis deskriptif tersebut, seluruh indikator dari dimensi *epistemic value* mendapatkan respon yang positif dari responden.

b. Variabel Sikap (X2)

Pada variabel nilai, peneliti menggunakan tiga dimensi dari nilai yaitu kognititf, afektif dan konatif dengan total pertanyaan sembilan butir pernyataan yang memiliki opsi jawaban sesuai dengan skala *Likert* enam.

Tabel IV.7
Nilai Analisis Deskriptif Variabel Sikap (X2)

NO.	Pernyataan	Alternatif Jawaban						Total
		STS (1)	TS (2)	SDTS (3)	SDS (4)	S (5)	SS (6)	
Kognitif								
1	Pengalaman yang menyenangkan	79	25	26	44	52	74	300
		26.3%	8.3%	8.7%	14.7%	17.3%	24.7%	100%
2	Pengalaman yang berharga	15	5	27	43	99	111	300
		5%	1,7%	9%	14.3%	33%	37%	100%
Afektif								
3	Pengalaman yang menarik	9	4	19	51	94	123	300
		3.1%	1.3%	6.3%	17%	31.3%	41%	100%
4	Pengalaman yang memuaskan	12	8	24	59	92	105	300
		4%	2.7%	8%	19.7%	30.7%	35%	100%
5	Pengalaman yang tidak terlupakan	60	27	25	50	70	68	300
		20%	9%	8.3%	16.7%	23.3%	22.7%	100%
Afektif								
6	Gagasan yang masuk akal	14	7	38	80	87	74	300
		4.7%	2.3%	12.7%	26.7%	29%	24.7%	100%
7	Dengan biaya yang terjangkau	45	33	54	57	59	52	300
		15%	11%	18%	19%	19.7%	17.3%	100%
8	Penuh tantangan	36	38	44	62	73	47	300
		12%	12.7%	14.7%	20.7%	24.3%	15.7%	100%
9	Memacu adrenalin	34	34	37	67	75	53	300
		11.3%	11.3%	12.3%	22.3%	25%	17.7%	100%
	Total Rata-Rata	11.26%	7.33%	10.89%	19.01%	25.96%	26.20%	

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Menurut analisis deskriptif pada variabel sikap, pada dimensi kognitif pernyataan yang memilki jawaban paling banyak adalah pernyataan sangat tidak setuju dan sangat setuju dengan jumlah 79 dan 111 dengan persentase 26.3% dan 37%. Hasil tersebut menjadi menarik karena hasil dari keseluruhan respon pada indikator pertama tersebut masih positif, namun jumlah respon tertinggi adalah respon yang sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa, ada beberapa wisatawan yang pernah mengunjungi Pulau Komodo yang telah dikecewakan oleh kualitas fasilitas ataupun layanan yang diberikan oleh pengelola Pulau Komodo.

Pada dimensi afektif pernyataan yang memiliki jawaban paling banyak adalah pernyataan sangat setuju pada butir tiga dan empat, dan setuju pada butir lima dengan persentase 41%, 35% dan 23.3%. Secara keseluruhan, respon yang didapat dari responden pada butir yang terdapat pada dimensi ini adalah positif. Pada dimensi konatif pernyataan yang memiliki jawaban paling banyak adalah pernyataan setuju dengan persentase 29%, 19.7%, 24.3% dan 25%. Secara keseluruhan, hasil respon yang didapat dari responden pada butir dalam dimensi ini adalah positif.

c. Variabel Motivasi

Pada variabel nilai, peneliti menggunakan lima dimensi dari motivasi yaitu *escape motives, relaxation, family and friend togetherness, knowledge* dan *enjoying natural resources* dengan total pertanyaan 29 butir pernyataan yang memiliki opsi jawaban sesuai dengan skala *Likert* enam.

Tabel IV.8
Nilai Analisis Deskriptif Variabel Motivasi (Z)

NO.	Pernyataan	Alternatif Jawaban						Total
		STS (1)	TS (2)	SDTS (3)	SDS (4)	S (5)	SS (6)	
Escape Motives								
1	Agar jauh dari kerumunan orang	13	27	64	75	65	55	300
		4.3%	9%	21.3%	25.3%	21.7%	18.3%	100%
2	Agar jauh dari rumah	20	32	48	92	71	37	300
		6.7%	10.7%	16%	30.7%	23.7%	12.3%	100%
3	Agar jauh dari tekanan fisik sehari-hari	12	25	50	72	65	76	300
		4%	8.3%	16.7%	24%	21.7%	25.3%	100%
4	Agar jauh dari tekanan psikis sehari-hari	15	18	57	67	75	68	300
		5%	6%	19%	22.3%	25%	22.7%	100%
5	Agar jauh dari tuntutan hidup yang biasa dihadapi sehari-sehari	11	15	43	69	84	78	300
		3.7%	5%	14.3%	23%	28%	26%	100%
6	Untuk melarikan diri dari tekanan hidup sehari-hari	11	25	56	58	93	57	300
		3.7%	8.3%	18.7%	19.3%	31%	19%	100%
Relaxation								
7	Agar dapat berolah raga	11	19	51	57	80	82	300
		3.7%	6.3%	17%	19%	26.7%	27.3%	100%
8	Agar dapat bersenang-senang	2	9	25	93	74	97	300
		7%	3%	8.3%	31%	24.7%	32.3%	100%
9	Agar dapat mengistirahatkan pikiran	15	19	27	59	102	87	300
		5%	3,3%	9%	19.7%	34%	29%	100%
10	Berlibur ke Pulau	8	7	30	48	94	113	300

	Komodo dapat me-*recharge* pikiran	2.7%	2.3%	10%	16%	31.3%	37.7%	100%
11	Saya akan memiliki kesempatan untuk beristirahat dan rileks	7	26	47	77	56	87	300
		2.3%	8.7%	15.7%	25.7%	18.7%	29%	100%
12	Untuk mencari hal-hal yang menarik di sekitar Pulau Komodo	19	28	39	94	89	31	300
		6.3%	9.3%	13%	31.3%	29.7%	10.3%	100%
13	Untuk mencari petualangan	22	21	40	58	103	56	300
		7.3%	7%	13.3%	19.3%	34.3%	18.7%	100%
Family and Friend Togetherness								
14	Agar bisa bergabung dengan teman-teman traveller lain	16	14	43	50	95	82	300
		5.3%	4.7%	14.3%	16.7%	31.7%	27.3%	100%
15	Agar dapat berlibur dengan teman/keluarga	17	14	44	54	88	83	300
		5.7%	4.7%	14.7%	18%	29.3%	27.7%	100%
16	Untuk mempererat hubungan dengan anggota keluarga lain	17	16	32	69	88	78	300
		5.7%	5.3%	10.7%	23%	29.3%	26%	100%
17	Untuk menghabiskan waktu dengan teman/keluarga	18	11	31	47	89	104	300
		6%	3.7%	10.3%	15.7%	29.7%	34.7%	100%
Knowledge								
18	Saya tertarik dengan fauna	33	27	45	73	72	50	300
		11%	9%	15%	24.3%	24%	15.7%	100%
19	Saya tertarik dengan sejarah	16	13	44	72	73	82	300
		5.3%	4.3%	14.7%	24%	24.3%	27.3%	100%
20	Untuk belajar lebih banyak tentang lingkungan alam di sekitar Pulau Komodo	11	17	39	63	90	80	300
		3.7%	5.7%	13%	21%	30%	26.7%	100%

21	Untuk melihat bagaimana orang lain hidup di sekitar Pulau Komodo	14	16	44	73	92	61	300
		4.7%	5.3%	.14.7%	24.3%	30.7%	20.3%	100%
22	Untuk melihat budaya lokal di Pulau Komodo	3	21	31	87	107	53	300
		1%	6.7%	10%	29%	35.7%	17.7%	100%
23	Untuk melihat kehidupan dan alam liar di sekitar Pulau Komodo	11	25	34	75	109	46	300
		3.7%	8.3%	11.3%	25%	36.3%	15.3%	100%
24	Untuk mengalami budaya yang berbeda	11	10	36	89	89	65	300
		3.7%	3.3%	12%	29.7%	29.7%	21,7%	100%
25	Untuk meningkatkan pengetahuan tentang Komodo	6	28	48	69	100	49	300
		2%	9.3%	16%	23%	33.3%	16.3%	100%
26	Untuk meningkatkan pengetahuan tentang tempat-tempat baru	16	20	40	99	58	67	300
		5.3%	6.7%	13.3%	33%	19.3%	22.3%	100%
Enjoyimg Natural Resources								
27	Pulau Komodo memiliki kualitas udara yang baik	22	46	59	62	62	49	300
		7.3%	15.3%	19.7%	20.7%	20.7%	16.3%	100%
28	Pulau Komodo memiliki pemandangan yang dramatis	11	43	50	62	71	63	300
		3.7%	14.3%	16.7%	20.7%	23.7%	21%	100%
29	Untuk dapat dekat dengan alam	7	26	46	73	67	81	300
		2.3%	8.7%	15.3%	24.3%	22.3%	27%	100%
	Total Rata-Rata	4.76%	7.11%	14.26%	23.41%	27.60%	23.20%	

Sumber: data diolah oleh peneliti

Menurut analisis deskriptif pada variabel sikap, pada dimensi *escape motives* pernyataan yang memilki jawaban paling banyak adalah pernyataan sedikit setuju pada butir satu dan dua, setuju pada butir tiga dan sangat setuju pada

butir empat dan lima dengan persentase 25.3%, 30.7%, 25,3%, 25%, 28% dan 31%. Secara keseluruhan, respon yang didapat pada dimensi ini adalah positif. Pada dimensi *relaxation* pernyataan yang memiliki jawaban paling banyak adalah pernyataan sedikit setuju pada butir 12, setuju pada butir 13 dan sangat setuju pada butir 7-11 dengan persentase 31.3%, 34.3%, 27.3%, 32.3%, 29%, 37.7% dan 29% . Secara keseluruhan, respon yang didapat pada dimensi ini adalah positif.

Pada dimensi *family and friend togetherness* pernyataan yang memiliki jawaban paling banyak adalah pernyataan setuju pada butir 14-16 dan sangat setuju pada butir 17 dengan persentase 31.7%, 29.3%, 29.3% dan 34.7%. Secara keseluruhan, respon yang didapat pada dimensi ini adalah positif. Pada dimensi *knowledge* pernyataan yang memiliki jawaban paling banyak adalah pernyataan sedikit setuju pada butir 18 dan 26, sangat setuju pada butir 19 dan setuju pada butir 20-25 dengan persentase 24.3%, 33%, 24.3%, 30%, 30,7%, 35.7%, 36,3%, 29.7 dan 33.3%. Secara keseluruhan, respon yang didapat pada dimensi ini adalah positif. Pada dimensi *enjoying natural resources* pernyataan yang memiliki jawaban paling banyak adalah pernyataan sedikit setuju pada butir 29 dan setuju pada butir 27 dan 28 dengan persentase 24.3%, 27% dan 23.7%. Secara keseluruhan, respon yang didapat pada dimensi ini adalah positif.

d. Variabel Niat Mengunjungi

Pada variabel nilai, peneliti tidak menggunakan dimensi tetapi menggunakan *probability scale* dengan tiga butir pernyataan yang memiliki opsi jawaban sesuai dengan skala *Likert* enam.

Tabel IV.9
Nilai Analisis Deskriptif Variabel Niat Mengunjungi (Y)

NO.	Pernyataan		Alternatif Jawaban						Total
			STS (1)	TS (2)	SDTS (3)	SDS (4)	S (5)	SS (6)	
1	Dalam 1 Tahun	Laki-laki	8	26	43	45	43	18	183
			2.6 %	8.6%	14.3 %	15%	14.3 %	6%	61 %
		Perempuan	6	10	37	29	25	10	117
			2%	3.3%	12,3 %	9.6%	8.3 %	3,3 %	39 %
Total			14	36	80	74	68	28	300
2	Dalam 3 Tahun	Laki-laki	40	36	20	36	31	20	183
			13.3 %	12%	6.7%	12%	10.3 %	7%	61 %
		Perempuan	28	16	26	16	22	9	117
			9.3 %	5.3%	8.7%	5.3%	7.3 %	3%	39 %
Total			68	52	46	52	53	29	300
3	Dalam 5 Tahun	Laki-laki	6	7	22	46	57	45	183
			2%	2.3%	7.3%	15.3%	19%	15%	61 %
		Perempuan	3	2	12	36	37	27	117
			1%	0.7%	4%	12%	12.3 %	9%	39 %
Total			9	9	34	82	94	72	300

Sumber: data diolah oleh peneliti

Menurut analisis deskriptif pada variabel niat mengunjungi, pernyataan yang memiliki persentase paling tinggi pada indikator pertama adalah laki-laki yang sedikit setuju sebanyak 45 orang (15%). Begitu juga dengan angka keseluruhan, respon yang didapat pada indikator pertama adalah positif. Namun, total pada keseluruhan responden jika digabungkan antara laki-laki dan perempuan menunjukkan bahwa sedikit tidak setuju merupakan indikator yang memiliki respon paling banyak. Pada pernyataan kedua, persentase tertinggi

adalah laki-laki yang sangat tidak setuju yaitu 40 orang (13.3%). Begitu juga dengan angka keseluruhan, respon yang didapat pada indikator kedua adalah negatif. Begitu juga dengan total keseluruhan jika digabungkan jumlah respon dari responden laki-laki dan perempuan, sangat tidak setuju mendapatkan respon paling banyak yaitu 68 respon. Pada pernyataan ketiga, persentase tertinggi adalah pada respon setuju yaitu (19%) oleh responden laki-laki sebanyak 57 orang. Begitu juga dengan angka keseluruhan, respon yang didapat pada indikator ketiga adalah positif. Begitu juga dengan total keseluruhan jika digangkan jumlah respon dari responden laki-laki dan perempuan, mendapatkan respon paling banyak yaitu 94 respon

4.2.2 *Exploratory Factor Analysis*

Exploratory factor analysis berfungsi untuk mengidentifikasi item atau variabel berdasarkan kemiripannya. Kemiripan tersebut ditunjukkan dengan nilai korelasi yang tinggi. Item-item yang memiliki korelasi yang tinggi akan membentuk satu kerumunan faktor.

a. Variabel Nilai

Tabel IV.10
KMO dan *Bartlett's Test* Nilai

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.914
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2037.480
	df	36
	Sig.	.000

Tabel IV. 11
Tabel *Factor Loading* Nilai

Item	Pernyataan Nilai	*Factor Loading*
		1
N1	Kualitas tempat wisata di Pulau Komodo konsisten	0.824
N2	Kualitas Pulau Komodo sesuai standar yang dapat ditetima	0.804
N3	Pulau Komodo memberikan kenyamanan	0.737
N4	Pulau Komodo memberikan perasaan gembira	0.888
N5	Pengunjung Pulau Komodo mendapatkan pengakuan sosial dari orang lain	0.792
N6	Pulau Komodo memberikan kesan yang baik kepada pengunjungnya	0.881
N7	Pulau Komodo memberikan petualangan yang seru	0.740
N8	Pulau Komodo memuaskan rasa ingin tahu	0.781
N9	Dapat melakukan banyak hal di Pulau Komodo	0.809
	% of Variance	0.929
	Cronbach's Alpha	65.236

Sumber: data diolah oleh peneliti

Dari sembilan indikator yang diolah, ternyata spss hanya menampilan satu komponen atau faktor yang berarti tidak terdapat dimensi pada variabel nilai. Persentase varian pada variabel nilai adalah 65.236 dan untuk nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 yaitu 0,929. Dari hasil *cronbach's alpha* diatas, kuesioner yang digunakan penelitian ini dapat dikatakan *reliabel.*

b. Variabel Sikap

Tabel IV.12
KMO dan *Bartlett's Test* Sikap

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.923
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2939.385
	df	36
	Sig.	0.000

Tabel IV. 13
Tabel *Factor Loading* Sikap

Item	Pernyataan Nilai	*Factor Loading*
		1
S1	Pengalaman yang menyenangkan	0.899
S2	Pengalaman yang berharga	0.862
S3	Pengalaman yang menarik	0.854
S4	Pengalaman yang memuaskan	0.946
S5	Pengalaman yang tidak terlupakan	0.700
S6	Gagasan yang masuk akal	0.853
S7	Dengan biaya yang terjangkau	0.934
S8	Penuh tantangan	0.858
S9	Memacu adrenalin	0.799
	% of Variance	73.758
	Cronbach's Alpha	0.949

Sumber: data diolah oleh peneliti

Dari sembilan indikator yang diolah, ternyata spss hanya menampilkan satu komponen atau faktor yang berarti tidak terdapat dimensi dalam variabel nilai. Persentase varian pada variabel nilai adalah 73.758 dan untuk nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 yaitu 0,949. Dari hasil *cronbach's alpha* diatas, kuesioner yang digunakan penelitian ini dapat dikatakan *reliabel.*

c. Variabel Motivasi

Tabel IV.14
KMO dan *Bartlett's Test* Motivasi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.944
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6392.967
	df	406
	Sig.	.000

Tabel IV. 15
Tabel *Factor Loading* Motivasi

Dimensi	Item	Pernyataan Nilai	*Factor Loading*				
			1	**2**	**3**	**4**	**5**
	M1	Agar jauh dari kerumunan orang			.708		
	M3	Agar jauh dari tekanan fisik			.850		

Escape Motives		sehari-hari					
	M4	Agar jauh dari tekanan psikis sehari-hari			.719		
	M5	Agar jauh dari tuntutan hidup yang biasa dihadapi sehari-sehari			.802		
	M6	Untuk melarikan diri dari tekanan hidup sehari-hari			.716		
	% of Variance				7.152		
Relaxation	**M7**	Agar dapat berolah raga	.664				
	M8	Agar dapat bersenang-senang	.586				
	M9	Agar dapat mengistirahatkan pikiran	.810				
	M10	Berlibur ke Pulau Komodo dapat me-*recharge* pikiran	.781				
	M11	Saya akan memiliki kesempatan untuk beristirahat dan rileks	.652				
	M12	Untuk mencari hal-hal yang menarik di sekitar Pulau Komodo	.581				
	M13	Untuk mencari petualangan	.631				
	% of Variance		43.656				
Family and friend togetherness	**M14**	Agar bisa bergabung dengan teman-teman traveller lain					.777
	M15	Agar dapat berlibur dengan teman/keluarga					.760
	M16	Untuk mempererat hubungan dengan anggota keluarga lain					.681
	M17	Untuk menghabiskan waktu dengan teman/keluarga					.531
	% of Variance						3.724

Knowledge	**M18**	Saya tertarik dengan fauna				-.780	
	M19	Saya tertarik dengan sejarah				-.678	
	M20	Untuk belajar lebih banyak tentang lingkungan alam di sekitar Pulau Komodo				-.834	
	M21	Untuk melihat bagaimana orang lain hidup di sekitar Pulau Komodo				-.824	
	M22	Untuk melihat budaya lokal di Pulau Komodo				-.905	
	M23	Untuk melihat kehidupan dan alam liar di sekitar Pulau Komodo				-.827	
	M24	Untuk mengalami budaya yang berbeda				-.778	
	M25	Untuk meningkatkan pengetahuan tentang Komodo				-.674	
	M26	Untuk meningkatkan pengetahuan tentang tempat-tempat baru				-.719	
	% of Variance					6.393	
Enjoying Natural Resources	**M27**	Pulau Komodo memiliki kualitas udara yang baik		.875			
	M28	Pulau Komodo memiliki pemandangan yang dramatis		.907			
	M29	Untuk dapat dekat dengan alam		.885			
	% of Variance			8.636			
	Cronbach's Alpha		0,832				

Sumber: data diolah oleh peneliti

Dari 29 butir pernyataan kuisioner mengenai variabel motivasi, terdapat satu butir pernyataan yang tereliminasi karena adanya *cross-loading.* Hasil faktor analisis membentuk lima dimensi yaitu dimensi *escape motives, relaxation, family and friend togetherness, knowledge* dan *enjoying natural resources*.

Pada dimensi *escape motives* terdapat lima indikator. Persentase varian pada dimensi *escape motives* adalah 7.152. Pada dimensi *relaxation* terdapat tujuh indikator. Persentase varian pada dimensi *relaxation* adalah 43.656. Pada dimensi *family and friend togetherness* terdapat empat indikator. Persentase varian pada dimensi *family and friend togetherness* adalah 6.393. Pada dimensi *knowledge* terdapat sembilan indikator. Persentase varian pada dimensi *knowledge* adalah 6.393. Pada dimensi *enjoying natural resources* terdapat tiga indikator. Persentase varian pada dimensi durasi ialah 8.636. Pada dimensi frekuensi terdapat dua indikator. Hasil uji *cronbach's alpha* menunjukkan bahwa hasil lebih dari 0.60 yaitu 0.832. Dari hasil *cronbach's alpha* diatas, kuesioner yang digunakan penelitian ini dapat dikatakan *reliabel.*

d. Variabel Niat Mengunjungi

Tabel IV.16
KMO dan *Bartlett's Test* Niat Mengunjungi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.654
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	426.721
	df	3
	Sig.	.000

Tabel IV. 17
Tabel *Factor Loading* Niat Mengunjungi

Item	Pernyataan Nilai	***Factor Loading***
		1
NM1	Dalam 1 Tahun	.932

NM2	Dalam 3 Tahun	.836
NM3	Dalam 5 Tahun	.855
	% of Variance	76.596
	Cronbach's Alpha	0.946

Sumber: data diolah oleh peneliti

Dari tiga indikator yang diolah, ternyata spss hanya menampilkan satu komponen atau faktor yang berarti tidak terdapat dimensi dalam variabel nilai. Persentase varian pada variabel nilai adalah 76.596 dan untuk nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 yaitu 0,946. Dari hasil *cronbach's alpha* diatas, kuesioner yang digunakan penelitian ini dapat dikatakan *reliabel.*

Tabel IV.18
Hasil Uji Reliabilitas

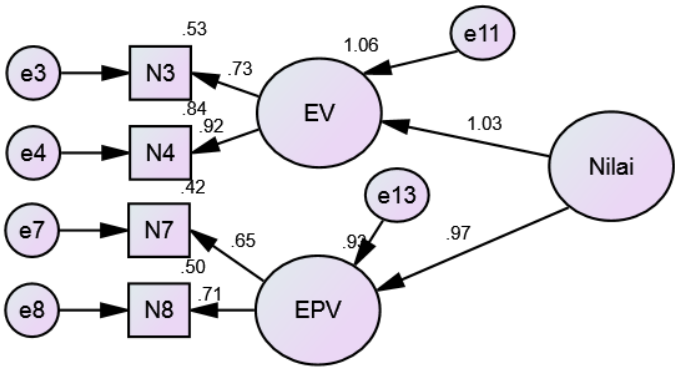
Variabel	***Cronbach's Alpha***	**Keterangan**
(X1) Nilai	0.929	Reliabel
(X2) Sikap	0.949	Reliabel
(Y) Niat Mengunjungi	0.946	Reliabel
(Z) Motivasi	0,832	Reliabel

Sumber: data diolah oleh peneliti

4.2.3 *Confirmatory Factor Analysis*

*Confirmatory factor analysis (*CFA) adalah tehnik yang digunakan dalam SEM unutk menentukan apakah variabel indikator benar-benar membentuk variabel laten yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *second order construct. Second order construct* dibuat untuk menguji model masing-masing variabel yang didalamnya terdapat beberapa dimensi dan indikator agar didapatkan model yang fit sesuai dengan kriteria indeks.

a. Variabel Nilai



Gambar IV.1
Model *Second Order Construct* Variabel Nilai
Sumber: data diolah peneliti

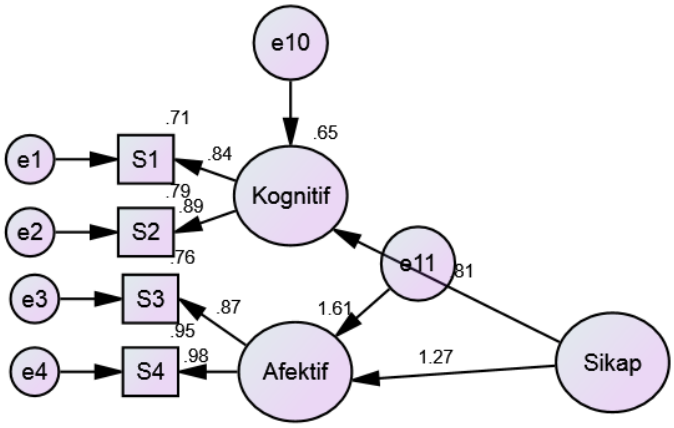
Tabel IV.19
***Second Order Construct* Variabel Nilai**

Goodness of Fit Indices	***Cut-off Value***	**Hasil**	**Evaluasi Model**
Probability (P)	>0.05	0.139	*FIT*
CMIN/DF	< 2	2.186	*CLOSE FIT*
CFI	>0,95	0.998	*FIT*
RMSEA	≤0,08	0.063	*FIT*

Sumber : data diolah oleh peneliti

pada hasil uji instrumen, variabel nilai memiliki empat dimensi dan sembilan indikator. Setelah dilakukan pengolahan dengan menggunakan *second order construct*, terdapat dua dimensi yang harus dihapus dan lima butir indikator yaitu dimensi *functional value* dan *social value* sedangkan indikator yang harus di-*drop* adalah N1, N2, N5, N6 dan N9 sehingga menghasilkan hasil *Probability* (P) 0.139, CMIN/DF 2.168, CFI 0.998 dan RMSEA 0.063.

b. Variabel Sikap



Gambar IV.2
Model *Second Order Construct* Variabel Sikap
Sumber: data diolah peneliti

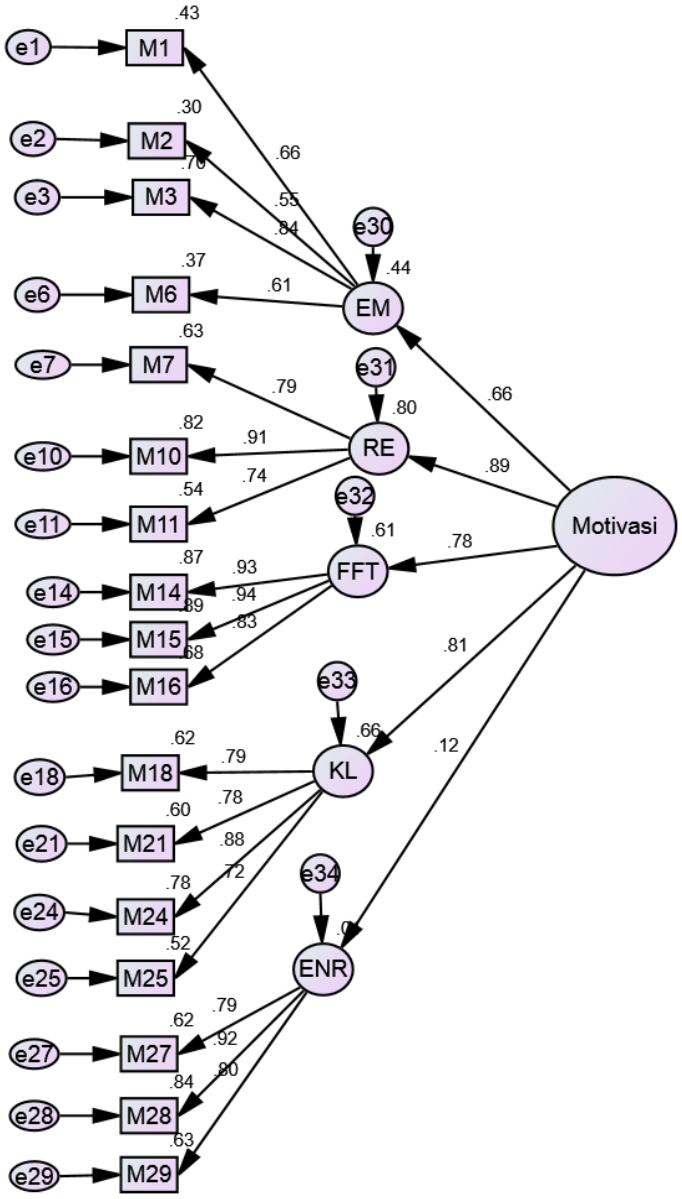
Tabel IV.20
***Second Order Construct* Variabel Nilai**

Goodness of Fit Indices	***Cut-off Value***	**Hasil**	**Evaluasi Model**
Probability (P)	>0.05	0.114	*FIT*
CMIN/DF	< 2	2.495	*CLOSE FIT*
CFI	>0,90	0.999	*FIT*
RMSEA	≤0,08	0,071	*FIT*

Sumber : data diolah oleh peneliti

Pada hasil uji instrumen, variabel sikap memiliki tiga dimensi dan sembilan indikator. Setelah dilakukan pengolahan model dengan *second order construct* terdapat satu dimensi dan tiga indikator yang harus dibuang yaitu dimensi konatif dan butir indikator S7, S8 dan S9. Setelah dimensi dan indikator tersebut di-*drop* hasil *goodness of fit* pada variabel sikap menjadi *Probability* (P) 0.114, CMIN/DF 2.495, CFI 0.999 dan RMSEA 0.071.

c. Variabel Motivasi



Gambar IV.3
Model *Second Order Construct* Variabel Motivasi
Sumber: data diolah peneliti

Tabel IV.21
***Second Order Construct* Variabel Motivasi**

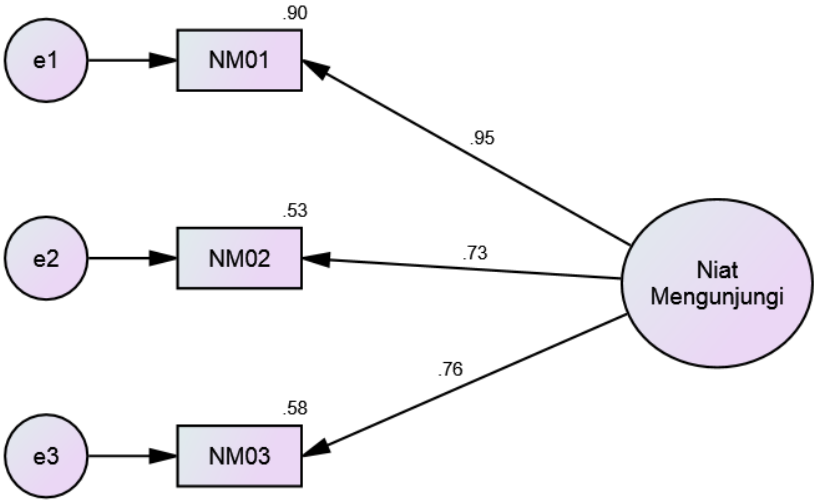
Goodness of Fit Indices	***Cut-off Value***	**Hasil**	**Evaluasi Model**
Probability (P)	>0.05	0.054	*FIT*

CMIN/DF	< 2	1.221	*FIT*
CFI	>0,90	0.991	*FIT*
RMSEA	≤0,08	0,027	*FIT*

Sumber : data diolah oleh peneliti

Pada hasil uji instrumen, variabel motivasi memiliki lima dimensi dan 29 indikator. Setelah dilakukan pengolahan model dengan *second order construct* terdapat 12 indikator yang harus dibuang yaitu M4, M5, M8, M9, M12, M13, M17, M19, M20, M22, M23 dan M26, sehingga menghasilkan hasil *Probability* (P) 0.054, CMIN/DF 1.221, CFI 0.991 dan RMSEA 0.027.

d. Variabel Niat Mengunjungi



Gambar IV.4
Model *First Order Construct* Variabel Niat Mengunjungi
Sumber: data diolah peneliti

Tabel IV.22
***First Order Construct* Variabel Niat Mengunjungi**

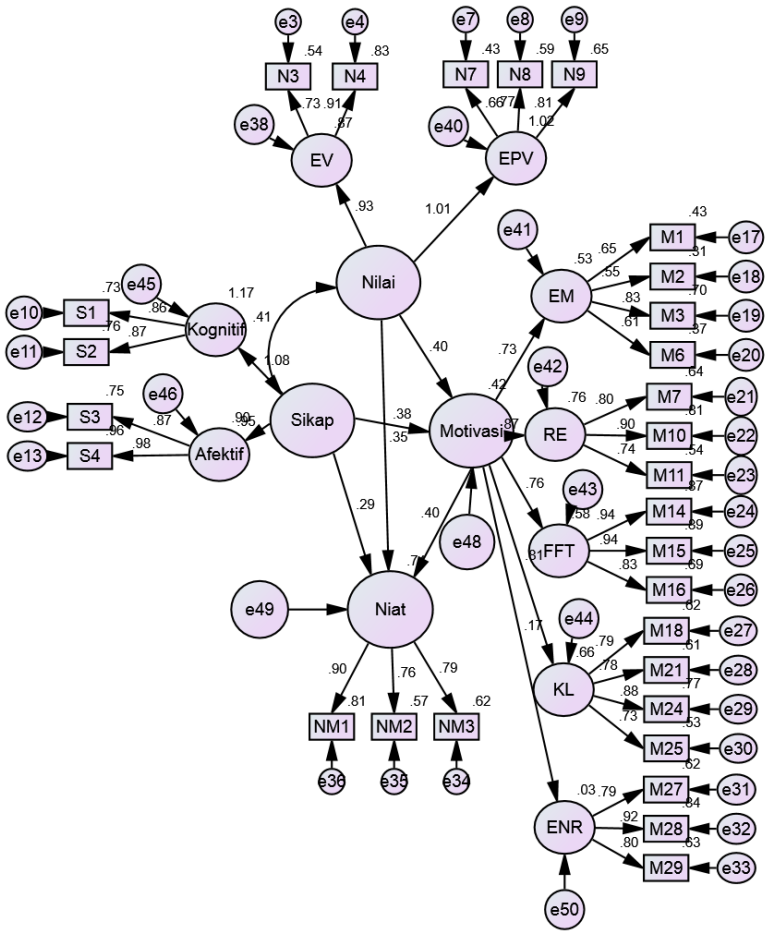
Goodness of Fit Indices	***Cut-off Value***	**Hasil**	**Evaluasi Model**
Probability (P)	>0.05	0.000	*NOT FIT*
CMIN/DF	< 2	12.994	*NOT FIT*

CFI	>0,90	0.969	*NOT FIT*
RMSEA	≤0,08	0,200	*NOT FIT*

Sumber : data diolah oleh peneliti

Pada hasil uji instrumen, variabel niat mengunjungi tidak memiliki dimensi dan memiliki tiga indikator. Setelah dilakukan pengolahan model dengan *first order construct* karena tidak memiliki dimensi hasil yang didapat berupa *Probability* (P) 0.000, CMIN/DF 12.994, CFI 0.969 dan RMSEA 0.200.

4.2.3 *Full Model* SEM



Gambar IV.5
***Full Model* SEM**
Sumber: data diolah peneliti

Gambar diatas merupakan gambar *full model* SEM dari empat variabel dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan keempat variabel tersebut. Dilakukannya analisa tersebut agar dapat diketahui apakah variabel independen berpengaruh terhadapat variabel dependen. Sebelum di *fit*kan, *full model* harus terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap *goodness of fit* seperti yang telah dilakukan pada sub bab sebelumnya terhadap masing-masing variabel. Jika ternyata model tidak memenuhi kriteria *Goodness of Fit* maka harus dilakukan *modification indices* dan membuang indikator yang memiliki *error* dengan jumlah tertinggi atau memberikan panah *covariance* antar indikator atau item yang memiliki *residual error* tertinggi. Pada pengujian *full model* ini, indikator yang dipakai merupakan hasil dari penyaringan CFA *second order* yang telah dilakukan sebelumnya.

Tabel IV.23
Full model Goodness of Fit Indices

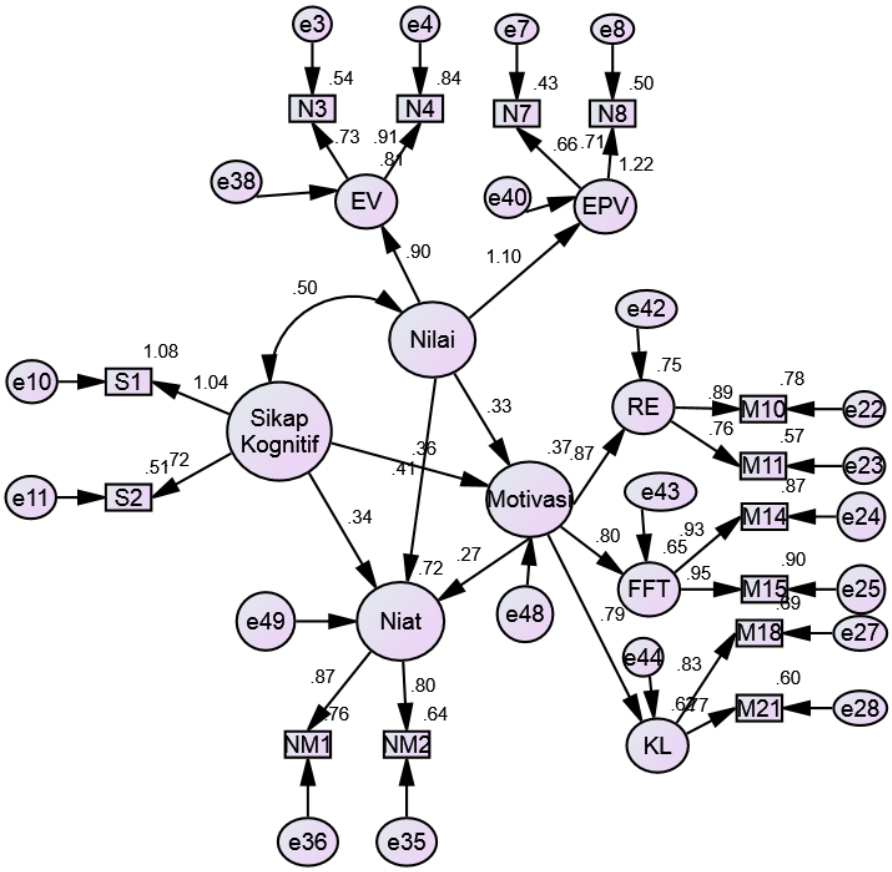
Goodness of Fit Indices	***Cut-off Value***	**Hasil**	**Evaluasi Model**
Probability (P)	>0.05	0.000	*NOT FIT*
CMIN/DF	< 2	1.595	*FIT*
CFI	>0,90	0.964	*FIT*
RMSEA	≤0,08	0,045	*FIT*

Sumber: data diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, model yang terbentuk belum memenuhi kriteria untuk dikatakan bahwa model tersebut fit sebab model tersebut belum memiliki *probability* ≥ 0,05 dan CMIN/DF <2. Oleh karena itu diperlukan untuk melakukan modifikasi model agar tercapai model yang sesuai dengan kriteria model *fit*.

4.2.4 *Fit M*odel SEM

a. *Fit Model* 1



Gambar IV.6
***Fit Model* SEM 1**
Sumber: data diolah peneliti

Gambar di atas menunjukkan hasil *full model* pada gambar sebelumnya yang telah di *fit*-kan agar sesuai dengan kriteria *goodness of fit.* Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat 36 indikator keseluruhan yang harus dihapus yaitu N1, N2, N5, N6, N9, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9, M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7, M8, M9, M16, M17, M19, M20, M22, M23, M24, M25, M26, M27, M28 dan M29. Sehingga hanya menyisakan empat butir indikator dari lima butir pada *full*

model variabel nilai, dua butir indikator dari empat butir pada *full model* variabel sikap, enam butir indikator dari 17 butir pada *full model* variabel motivasi dan dua butir indikator dari tiga butir indikator pada variabel mengunjungi. Kemudian pada variabel nilai, dua dimensi dari nilai harus di-*drop* yaitu *functional value* dan *emotional value.* Pada variabel sikap dua dimensi juga harus di-*drop* sehingga menjadikan variabel sikap menjadi sikap kognitif tanpa menggunakan dimensi. Pada variabel motivasi dua dimensi harus di-*drop* yaitu *escape motives* dan *enjoying natural resources. Kemudian* hasil pengolahan model setelah dilakukannya modifikasi model kembali di bandingkan dengan kriteria GOF (*Goodness of Fit*) ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.24
Fit model* 1 *Goodness of Fit Indices

Goodness of Fit Indices	***Cut-off Value***	**Hasil**	**Evaluasi Model**
Probability (P)	>0.05	0.734	*FIT*
CMIN/DF	< 2	0.886	*FIT*
CFI	>0,90	1.000	*FIT*
RMSEA	≤0,08	0.000	*FIT*

Sumber: data diolah oleh peneliti

Hasil dari modifikasi model menunjukkan adanya peningkatan tingkat kesesuaian model (*fit model*) pada seluruh aspek dan telah memenuhi semua syarat agar dapat dikatakan model tersebut *fit*.

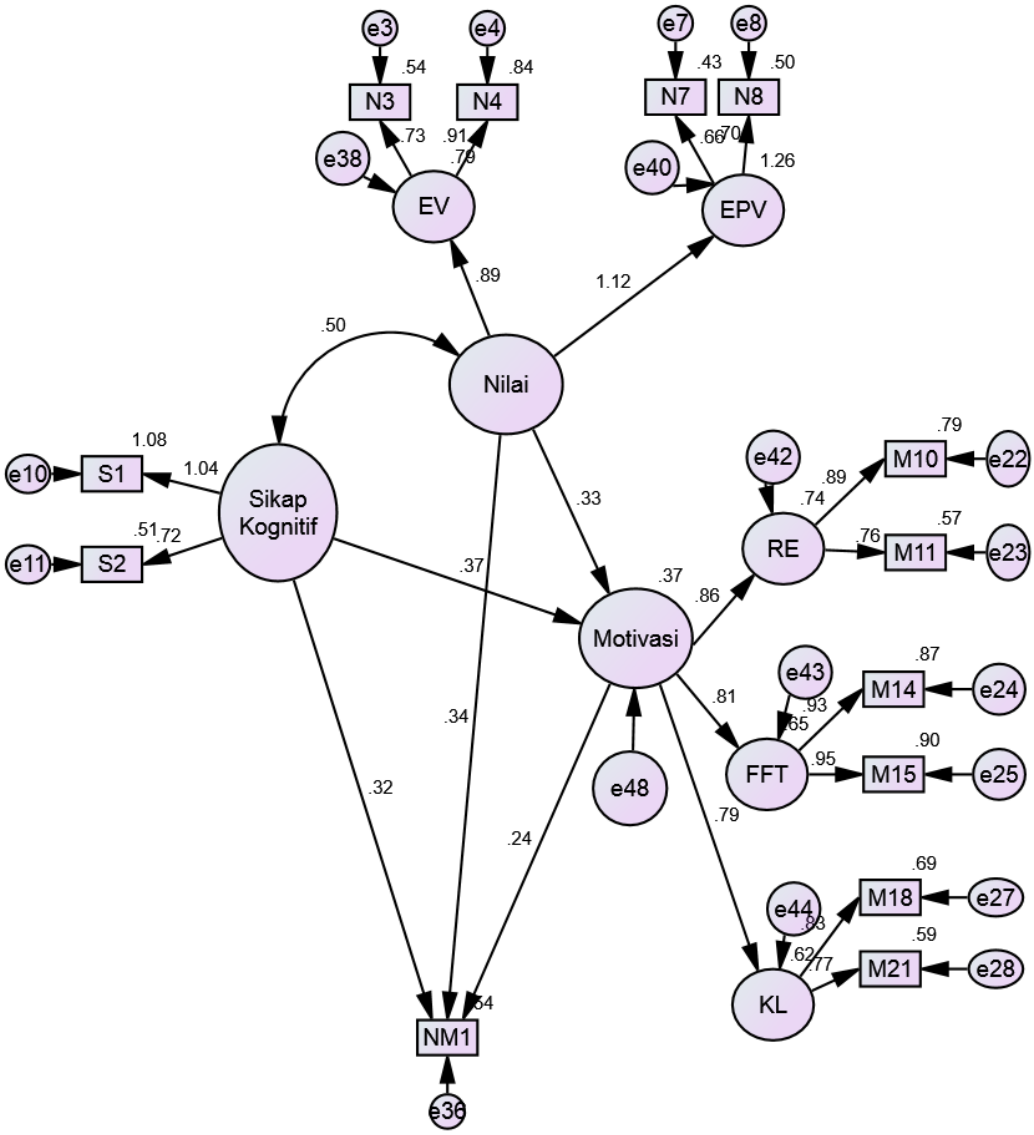
Tabel IV.25
Indikator *Fit Model*

Variabel Nilai	
Item	Pernyataan
N3	Pulau Komodo memberikan kenyamanan

N4	Pulau Komodo memberikan perasaan gembira
N7	Pulau Komodo memberikan petualangan yang seru
N8	Pulau Komodo memuaskan rasa ingin tahu
Variabel Sikap	
Item	Pernyataan
S1	Pengalaman yang menyenangkan
S2	Pengalaman yang berharga
Variabel Motivasi	
Item	Pernyataan
M10	Berlibur ke Pulau Komodo dapat me-*recharge* pikiran
M11	Saya akan memiliki kesempatan untuk beristirahat dan rileks
M14	Agar bisa bergabung dengan teman-teman traveller lain
M15	Agar dapat berlibur dengan teman/keluarga
M18	Saya tertarik dengan fauna
M21	Untuk melihat bagaimana orang lain hidp di sekitar Pulau Komodo
Niat Mengunjungi	
Item	Pernyataan
NM1	Dalam 1 Tahun
NM2	Dalam 3 Tahun

Sumber : data diolah oleh peneliti

b. Fit Model 2



Gambar IV.7
Fit Model SEM 2
Sumber: data diolah oleh peneliti

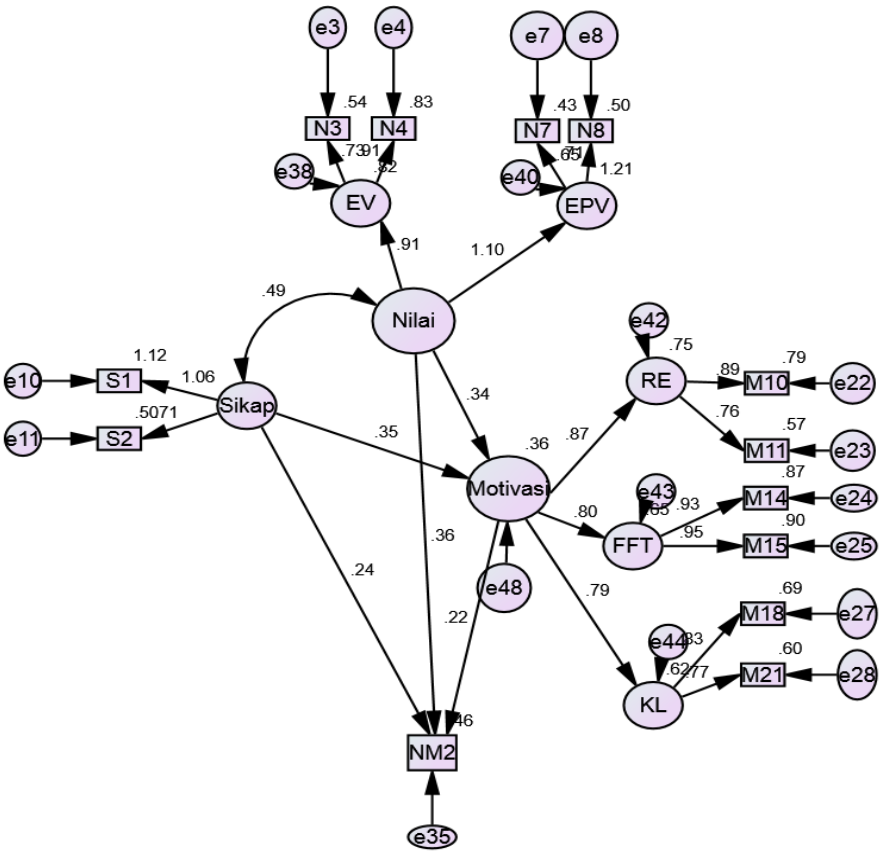
Gambar di atas merupakan *fit model* jika variabel niat mengunjungi digantikan dengan indikator pertama dari niat mengunjungi yaitu niat menunjungi Pulau Komodo dalam satu tahun. Setelah dilakukan *fit model* dengan cara tersebut ditemukan hasil *goodness of fit* sebagai berikut :

Tabel IV.26
Fit model* 2 *Goodness of Fit Indices

Goodness of Fit Indices	***Cut-off Value***	**Hasil**	**Evaluasi Model**
Probability (P)	>0.05	0.806	*FIT*
CMIN/DF	< 2	0.834	*FIT*
CFI	>0,90	1.000	*FIT*
RMSEA	≤0,08	0.000	*FIT*

Sumber : data diolah oleh peneliti

c. Fit Model 3



Gambar IV.8
***Fit Model* SEM 3**
Sumber: data diolah oleh peneliti

Gambar di atas merupakan *fit model* jika variabel niat mengunjungi digantikan dengan indikator kedua niat mengunjungi yaitu niat menunjungi Pulau

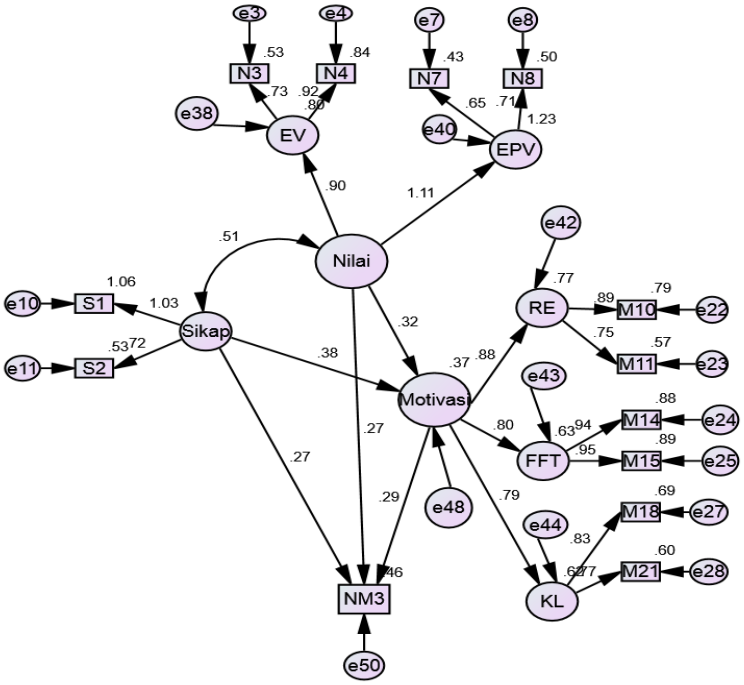
Komodo dalam tiga tahun. Setelah dilakukan *fit model* dengan cara tersebut ditemukan hasil *goodness of fit* sebagai berikut :

Tabel IV.27
Fit model* 3 *Goodness of Fit Indices

Goodness of Fit Indices	***Cut-off Value***	**Hasil**	**Evaluasi Model**
Probability (P)	>0.05	0.476	*FIT*
CMIN/DF	< 2	0.999	*FIT*
CFI	>0,90	1.000	*FIT*
RMSEA	≤0,08	0.000	*FIT*

Sumber : data diolah oleh peneliti

d. Fit Model 4



Gambar IV.9
***Fit Model* SEM 4**
Sumber: data diolah oleh peneliti

Gambar di atas merupakan *fit model* jika variabel niat mengunjungi digantikan dengan indikator ketiga niat mengunjungi yaitu niat menunjungi Pulau

Komodo dalam lima tahun. Setelah dilakukan *fit model* dengan cara tersebut ditemukan hasil *goodness of fit* sebagai berikut :

Tabel IV.28
Fit model* 4 *Goodness of Fit Indices

Goodness of Fit Indices	***Cut-off Value***	**Hasil**	**Evaluasi Model**
Probability (P)	>0.05	0.242	*FIT*
CMIN/DF	< 2	1.126	*FIT*
CFI	>0,90	0.997	*FIT*
RMSEA	≤0,08	0.021	*FIT*

Sumber: data diolah oleh peneliti

4.3 Pengujian Hipotesis

a. Hasil Fit Model 1

Tabel IV.29
Estimasi Parameter *Regression Weights Model Fit Model 1*

Hipotesis	**Variabel Terikat**		**Variabel Bebas**	***Regression Weights Model***		
				Estimate	**C.R**	**P**
H1	Niat Mengunjungi	←	Nilai	0.459	6.098	***
H2	Niat Mengunjungi	←	Sikap	0.192	5.427	***
H3	Motivasi	←	Nilai	0.333	4.254	***
H4	Motivasi	←	Sikap	0.182	4.925	***
H5	Niat Mengunjungi	←	Motivasi	0.308	4.089	***

Sumber: data diolah oleh peneliti

Apabila nilai P pada hasil estimasi parameter *regression weights* lebih kecil dari 0.05 atau jika dalam aplikasi Amos, nilai P menunjukkan tanda *** maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel tersebut, jika nilai P lebih besar dari 0.05 maka pengaruh antar variabel tidak signifikan.

erdasarkan hasil estimasi *regression weights model* pada tabel diatas, seluruh nilai P menunjukkan tanda ***, jadi seluruh variabel dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan.

Tabel IV.30
Hasil *Fitted Model 1*

Hipotesis	Variabel Terikat		Variabel Bebas	Hasil *Fitted Model*			
				C.R	**Hasil**	***Standardized Total Effect***	**Interpretasi**
H1	Niat Mengunjungi	←	Nilai	6.098	Diterima	0.502	Kuat
H2	Niat Mengunjungi	←	Sikap	5.427	Diterima	0.442	Cukup Kuat
H3	Motivasi	←	Nilai	4.254	Diterima	0.333	Cukup Kuat
H4	Motivasi	←	Sikap	4.925	Diterima	0.365	Cukup Kuat
H5	Niat Mengunjungi	←	Motivasi	4.089	Diterima	0.275	Efek Ringan

Sumber: data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pada hipotesis pertama yaitu nilai berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 6.098 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.502 yang masuk ke kategori kuat sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**. Hasil tersebut sesuai dengan

penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Williams dan Geoffrey[77], Bajs[78], dan juga penilitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih[79].

2. Pada hipotesis ke-dua penelitian ini yaitu sikap berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 5.427 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.442 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suhud[80], Huang dan Hsu[81] dan juga penelitian yang dilakukan oleh Bianchi *et.al*[82].
3. Pada hipotesis ke-tiga yaitu nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.254 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.333 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**. Hasil tersebut sesuai dengan

---

[77] Paul Williams dan Geoffrey N. Soutar, "*Value, Satisfaction and Behavioral Intentions in an Adventure Tourism Context", (Annals of Tourism Research),* Vol. 36, No. 3, 2009, p. 413-438.
[78] Irena Pandza Bajs, "*Tourist Perceived Value, Relationship to Satisfaction, and Behavioral Intentions: The Example of the Croatian Tourist Destination Dubrovnik", (Journal of Travel Research),* Vol. 54, No. 1, 2015, p.122-134.
[79] Wahyuningsih, "*The Effect of Customer Value on Behavioral Intentios in Tourism Industries", (International Research Journal of Business Studies).* Vol.5, No.1, 2012,.
[80] Usep Suhud, "*A Study to Examine The Role of Environmental Motivation adn Sensation Seeking Personality to Predict Behavioral Intention in Volunteer Tourism*", *(International Journal of Research Studies in Education),* Vol. 4, No. 1, 2014, p.17-29.
[81] Songshan Huang dan Cathy H.C. Hsu, "*Effect of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention", (Journal of Travel Research),* Vol.48, No.1, 2009, p. 29-44.
[82] Constanza *et.al*, "*Understanding travelers' intention to visit a short wersus long-hau;l emerging vacation destination: The case of Chile", *Tpurism Management),* Vol. 59, 2017, p. 312-324.

penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Huang *et.al*[83] dan juga penelitian yang dilakukan oleh Li dan Cai[84].

4. Pada hipotesis ke-empat yaitu sikap berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.295 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.365 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis keempat yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suhud[85].
5. Pada hipotesis ke-lima yaitu motivasi berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi, variabel ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.089 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.275 yang masuk ke kategori efek ringan sehingga hipotesis kelima yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wu[86], Ramkissoon dan Uysal[87], Lu *et.al*[88], Suhud[89], Huang dan Hsu[90], dan Li dan Cai[91].

---

[83] Shuyue *et.al* (2015), " *The Effect of Motivation, Satisfaction and Perceived Value on Tourist Recommendation*", **(***Tourism Travel and Research Association; Advancing Tourism Research Globally), University of Massachusetts*.
[84] Mimi Li dan Liping A. Cai (2012), "*The Effect of Personal Values on Travel Motivation and Behavioral Intention*", *Journal of Travel Research*, Vol. 51, No. 4, 473-487
[85] Usep Suhud, *Loc.Cit.*
[86] Chi-Wen Wu, "*Foreign Tourist' Intentions in visiting Leisure Farms", (Jornal of Business Research),* Vol. 68, 2014, 757-762.
[87] Haywantee Ramkisson, Muzaffer S. Uysal, "*The Effect of Perceived Authenticity, Information Search Behaviour, Motivation and Destination Imagery on Cultural Behavioural Intentions of Tourist", (Current Issues in Tourism),* Vol. 14, No. 6, 2011, 537-562.
[88] Jiaying *et.al, "Do Perseption of Time Affect Outbond-Travel Motovations and Intention? An Investigation Among Chinese Seniors", (Tourism Management),* Vol. 53, 2015, 1-12.
[89] Usep Suhud *Loc.Cit*
[90] Shongshan Huang Loc.Cit

b. Hasil Fit Model 2

Tabel IV.31
Estimasi Parameter *Regression Weights Model Fit Model 2*

Hipotesis	Variabel Terikat		Variabel Bebas	*Regression Weights Model*		
				Estimate	**C.R**	**P**
H1	Niat Mengunjungi 1	←	Nilai	0.426	5.374	***
H2	Niat Mengunjungi 1	←	Sikap	0.204	5.269	***
H3	Motivasi	←	Nilai	0.323	4.198	***
H4	Motivasi	←	Sikap	0.184	4.921	***
H5	Niat Mengunjungi 1	←	Motivasi	0.308	3.747	***

Sumber: data diolah oleh peneliti

Apabila nilai P pada hasil estimasi parameter *regression weights* lebih kecil dari 0.05 atau jika dalam aplikasi Amos, nilai P menunjukkan tanda *** maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel tersebut, jika nilai P lebih besar dari 0.05 maka pengaruh antar variabel tidak signifikan. erdasarkan hasil estimasi *regression weights model* pada tabel diatas, seluruh nilai P menunjukkan tanda ***, jadi seluruh variabel dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan.

Tabel IV.32
Hasil *Fitted Model 2*

Hipotesis	Variabel Terikat		Variabel Bebas	Hasil *Fitted Model*			
				C.R	**Hasil**	***Standardized Total Effect***	**Interpretasi**
H1	Niat Mengunjungi 1	←	Nilai	5.374	Diterima	0.414	Cukup Kuat
H2	Niat Mengunjungi 1	←	Sikap	5.269	Diterima	0.403	Cukup Kuat
H3	Motivasi	←	Nilai	4.198	Diterima	0.329	Cukup Kuat

[91] Mimi Li *Loc.Cit.*

H4	Motivasi	←	Sikap	4.921	Diterima	0.368	Cukup Kuat
H5	Niat Mengunjungi 1	←	Motivasi	3.747	Diterima	0.239	Efek Ringan

Sumber: data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pada hipotesis pertama pada *fit model* dua ini yaitu nilai berpengaruh positif terhadap indikator niat mengunjungi satu, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 5.374 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.414 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.
2. Pada hipotesis ke-dua pada *fit model* dua ini yaitu sikap berpengaruh positif terhadap indikator niat mengunjungi satu, variabel ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 5.269 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.403 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.
3. Pada hipotesis ke-tiga pada *fit model* dua ini yaitu nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.198 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.329 yang masuk ke kategori cukup kuat

sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.

4. Pada hipotesis ke-empat pada *fit model* dua ini yaitu sikap berpengaruh posirtif terhadap motivasi mengunjungi, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.921 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.368 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis keempat yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.
5. Pada hipotesis ke-lima pada *fit model* dua ini yaitu motivasi berpengaruh positif terhadap indikator niat mengunjungi satu, variabel ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 3.747 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.239 yang masuk ke kategori efek ringan sehingga hipotesis kelima yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.

c. Hasil Fit Model 3

Tabel IV.33
Estimasi Parameter *Regression Weights Model Fit Model 3*

Hipotesis	**Variabel Terikat**		**Variabel Bebas**	***Regression Weights Model***		
				Estimate	**C.R**	**P**
H1	Niat Mengunjungi 2	←	Nilai	0.596	5.393	***
H2	Niat Mengunjungi 2	←	Sikap	0.196	4.085	***
H3	Motivasi	←	Nilai	0.344	4.328	***

H4	Motivasi	←	Sikap	0.174	4.717	***
H5	Niat Mengunjungi 2	←	Motivasi	0.371	3.354	***

Sumber : data diolah oleh peneliti

Apabila nilai P pada hasil estimasi parameter *regression weights* lebih kecil dari 0.05 atau jika dalam aplikasi Amos, nilai P menunjukkan tanda *** maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel tersebut, jika nilai P lebih besar dari 0.05 maka pengaruh antar variabel tidak signifikan. erdasarkan hasil estimasi *regression weights model* pada tabel diatas, seluruh nilai P menunjukkan tanda ***, jadi seluruh variabel dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan.

Tabel IV.34
Hasil *Fitted Model 3*

Hipotesis	**Variabel Terikat**		**Variabel Bebas**	**Hasil *Fitted Model***			
				C.R	**Hasil**	***Standardized Total Effect***	**Interpretasi**
H1	Niat Mengunjungi 2	←	Nilai	5.393	Diterima	0.437	Cukup Kuat
H2	Niat Mengunjungi 2	←	Sikap	4.085	Diterima	0.321	Cukup Kuat
H3	Motivasi	←	Nilai	4.328	Diterima	0.342	Cukup Kuat
H4	Motivasi	←	Sikap	4.717	Diterima	0.353	Cukup Kuat
H5	Niat Mengunjungi 2	←	Motivasi	3.354	Diterima	0.225	Efek Ringan

Sumber : data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pada hipotesis pertama pada *fit model* tiga ini yaitu nilai berpengaruh positif terhadap indikator niat mengunjungi dua, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 5.393 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.437 yang masuk ke kategori

cukup kuat sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.

2. Pada hipotesis ke-dua pada *fit model* tiga ini yaitu sikap berpengaruh positif terhadap indikator niat mengunjungi dua, variabel ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.085 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.321 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.
3. Pada hipotesis ke-tiga pada *fit model* tiga ini yaitu nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.328 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.342 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.
4. Pada hipotesis ke-empat pada *fit model* tiga sikap terhadap motivasi mengunjungi, variabel ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.717 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.353 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis keempat yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.

5. Pada hipotesis ke-lima pada *fit model* tiga ini yaitu motivasi berpengaruh positif terhadap indikator niat mengunjungi dua, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 3.354 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.225 yang masuk ke kategori efek ringan sehingga hipotesis kelima yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.

d. Hasil Fit Model 4

Tabel IV.35
Estimasi Parameter *Regression Weights Model Fit Model 4*

Hipotesis	**Variabel Terikat**		**Variabel Bebas**	***Regression Weights Model***		
				Estimate	**C.R**	**P**
H1	Niat Mengunjungi 3	←	Nilai	0.323	4.163	***
H2	Niat Mengunjungi 3	←	Sikap	0.163	4.302	***
H3	Motivasi	←	Nilai	0.320	4.094	***
H4	Motivasi	←	Sikap	0.189	4.893	***
H5	Niat Mengunjungi 3	←	Motivasi	0.350	4.181	***

Sumber: data diolah oleh peneliti

Apabila nilai P pada hasil estimasi parameter *regression weights* lebih kecil dari 0.05 atau jika dalam aplikasi Amos, nilai P menunjukkan tanda *** maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel tersebut, jika nilai P lebih besar dari 0.05 maka pengaruh antar variabel tidak signifikan. erdasarkan hasil estimasi *regression weights model* pada tabel diatas, seluruh nilai P menunjukkan tanda ***, jadi seluruh variabel dapat dikatakan mekmiliki pengaruh yang signifikan.

Tabel IV.36
Hasil *Fitted Model 4*

Hipotesis	Variabel Terikat		Variabel Bebas	Hasil *Fitted Model*			
				C.R	**Hasil**	***Standardized Total Effect***	**Interpretasi**
H1	Niat Mengunjungi 3	←	Nilai	4.163	Diterima	0.363	Cukup Kuat
H2	Niat Mengunjungi 3	←	Sikap	4.302	Diterima	0.376	Cukup Kuat
H3	Motivasi	←	Nilai	4.181	Diterima	0.324	Cukup Kuat
H4	Motivasi	←	Sikap	4.893	Diterima	0.376	Cukup Kuat
H5	Niat Mengunjungi 3	←	Motivasi	4.163	Diterima	0.289	Efek Ringan

Sumber : data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pada hipotesis pertama pada *fit model* empat ini yaitu nilai berpengaruh positif terhadap indikator niat mengunjungi tiga, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.163 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.363 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.
2. Pada hipotesis ke-dua pada *fit model* empat ini yaitu sikap berpengaruh positif terhadap indikator niat mengunjungi tiga, variabel ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.302 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.376 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa sikap

berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.

3. Pada hipotesis ke-tiga pada *fit model* empat ini yaitu nilai berpengaruh terhadap motivasi mengunjungi, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.181 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.324 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.
4. Pada hipotesis ke-empat pada *fit model* empat ini yaitu sikap berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.893 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.376 yang masuk ke kategori cukup kuat sehingga hipotesis keempat yang menyatakan bahwa nilai berpengaruh positif terhadap motivasi mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.
5. Pada hipotesis ke-lima pada *fit model* empat ini yaitu motivasi berpengaruh positif terhadap indikator niat mengunjungi tiga, hipotesis ini memiliki nilai *critical ratio* (C.R) sebesar 4.163 yang berarti lebih besar dari 1.967 dan memiliki nilai *standardize total effects* 0.289 yang masuk ke kategori efek ringan sehingga hipotesis kelima yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi Pulau Komodo dapat **diterima**.