



Volume 5 Nomor 1 Juni 2022, pages: 77-86

MODEL 'PLANNED BEHAVIOR' WISATAWAN MILENIAL DALAM MENGUNJUNGI DESTINASI DI INDONESIA

THE 'PLANNED BEHAVIOR' MODEL OF MILLENNIAL TOURISTS IN VISITING DESTINATIONS IN INDONESIA

Jessyca Yulianty

Magister Terapan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali
jessycayulianty@gmail.com

Received:22/04/2022

Revised:04/05/2022

Accepted:14/05/2022

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap, norma-norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, minat dan perilaku wisatawan milenial nusantara dalam mengunjungi destinasi di Indonesia, karena jumlah generasi milenial saat ini menduduki jumlah populasi tertinggi di Indonesia dengan usia yang dianggap produktif sehingga dengan memahami perilaku dari wisatawan milenial nusantara dapat membantu seluruh stakeholder dalam mempersiapkan produk/jasa pariwisata guna menarik wisatawan milenial nusantara. Penelitian ini dilakukan kepada 200 responden generasi milenial nusantara di seluruh Indonesia, dan di analisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil dari penelitian ini adalah wisatawan milenial dalam melakukan perjalanan lebih fokus akan pendapat dirinya sendiri jika dibandingkan dengan pendapat orang terdekat dan lingkungannya. *Wisatawan* milenial akan memikirkan segala kemungkinan-kemungkinan yang terjadi terhadap minat untuk berwisata. Minat atau kontrol kemauan dari wisatawan milenial nusantara untuk melakukan perjalanan wisata mempengaruhi perilaku dirinya.

Kata Kunci: TPB, Perilaku, Wisatawan, Milenial

Abstract

The purpose of the study is to know the attitude, subjective norms, perceived behavioral control, interest, and behavior of the Indonesian millennials in visiting destinations in Indonesia, because of the number of Millennial generations currently occupying the highest population number in Indonesia with the age considered productive so that by understanding the behavior of the travelers of the Millennium Nusantara buffer help all stakeholders in preparing products/services of tourism to attract the tourist's millennial archipelago. This research was conducted to 200 respondents of millennials throughout Indonesia and analyzed using Structural Equation Model (SEM). The result of this research was the millennial traveler traveling more focused on his own opinion when compared with the opinions of people nearby and his environment. Millennials will think about all the possibilities that happen to the interest to travel. The interest or control of the will of the Indonesian millennials to travel affects the behavior of themselves.

Keywords: TPB, Behavior, Tourists, Millennials

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2019 penduduk Indonesia mencapai 268 juta, yang dapat dilihat berdasarkan kategori umur dan generasi penduduk Indonesia pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Kelompok Umur Penduduk Indonesia Tahun 2020

Kelompok Umur	Generasi	Jumlah (juta orang)	Jumlah per Generasi (juta orang)
0-4	Generasi Alpha	23.604,9	47.578,9
5-9		23.974,0	
10-14	Generasi Z	23.057,1	45.351,3
15-19		22.294,2	
20-24	Generasi Milenial	21.917,6	83.993,6
25-29		21.228,0	
30-34		20.582,2	
35-39		20.265,8	
40-44	Generasi X	19.366,7	65.248,9
45-49		17.694,3	
50-54		15.438,1	
55-59		12.749,8	
60-64	Generasi Baby Boomer	9.818,2	20.934,9
65-69		6.731,8	
70-74		4.384,9	
75+	Veteran	4.967,0	4.967,0
Jumlah		268.074,6	268.074,6

Sumber : Badan Pusat Statistik, (2020)

Generasi milenial menduduki urutan pertama untuk jumlah penduduk di Indonesia. BPS memprediksikan generasi milenial akan menjadi generasi dengan jumlah populasi yang memiliki jumlah terbesar dalam struktur demografi. Jumlah populasi penduduk Indonesia diprediksikan juga akan terus meningkat dalam beberapa tahun mendatang, dari 268 juta pada tahun 2019 menjadi 284 juta pada tahun 2025 dan mencapai 305 juta pada tahun 2035 dan didominasi oleh generasi milenial.

Generasi milenial saat ini mulai memasuki usia produktif. Yang diprediksi akan mendominasi dunia kerja mendatang, karena pada saat ini 30% pekerja di Indonesia berasal dari generasi milenial, pada tahun 2020 diperkirakan akan menjadi 50% dan pada tahun 2030 akan menjadi 75% sehingga generasi milenial ini dianggap sebagai generasi terbaru di pasar wisata. Pertumbuhan generasi milenial mempengaruhi perubahan terhadap dunia pekerjaan, mempengaruhi dunia usaha juga berdampak di dalam dunia perjalanan (UNWTO,2016). Generasi milenial terus memiliki pengaruh yang signifikan pada perkembangan penawaran dan jenis layanan dalam industri pariwisata, bisa dilihat dari berbagai tren perjalanan wisata yang bermunculan beberapa tahun belakangan ini, salah satunya munculnya tren wisatawan *backpacker*, *open trip*, penginapan *share room* yang didominasi oleh generasi milenial. Bagi mereka, pengalaman lebih penting dari produk nyata, hal ini dikarenakan generasi milenial memiliki perilaku pembelian yang berbeda dari generasi lainnya. Menurut Sofronof (2018:112) Jika generasi sebelumnya lebih memilih untuk menghabiskan uang mereka pada benda nyata, milenial cenderung menghabiskan uang mereka untuk mendapatkan pengalaman seperti liburan dan perjalanan. di dalam perjalanan wisatanya milenial tidak terlalu tertarik untuk tinggal di kamar hotel mereka dan lebih memilih untuk pergi ke ruang-ruang publik untuk bertemu orang baru atau bertemu dengan teman. Generasi ini dengan cepat menjadi salah satu generasi yang paling kuat dalam industri perjalanan.

Menurut Cavagnaro, dkk (2018:37) wisatawan milenial adalah kunci untuk masa depan pariwisata, yang pertama karena jumlah wisatawan milenial yang berwisata saat ini, yang kedua fakta bahwa pilihan dari mereka dapat mengarah pada sikap yang baru terhadap pariwisata terhadap masyarakat luas, dan yang terakhirantisipasi bahwa wisatawan muda akan terus melakukan perjalanan di masa mendatang. Poin ini penting karena generasi milenial membentuk perspektif dan populasi mereka akan bergerak naik di piramida demografis dan di masa mendatang akan mengambil tempat yang sekarang diduduki oleh generasi sebelumnya. Perubahan dan perkembangan

dalam perilaku pariwisata dapat diramalkan dengan menjelaskan perilaku perjalanan dari generasi milenial.

Sebagai wisatawan generasi milenial, pasar di Indonesia dinilai memiliki prospek yang bagus karena berdasarkan jumlah populasinya yang selalu bertambah dengan usia saat ini yang memasuki usia produktif. Menurut Ardika dalam Damanik dkk (2005:340) kegiatan pariwisata akan memberikan dampak positif dalam membuka peluang transaksi ekonomi yang akan dirasakan hingga segmen terbawah yaitu pengusaha mikro. Pernyataan tersebut dipertegas oleh beberapa ahli yang menyebutkan, budaya berwisata penduduk Indonesia ini merupakan potensi dalam pengembangan pariwisata di masa mendatang. Sehingga industri pariwisata tidak harus selalu bergantung kepada devisa wisatawan asing jika kebutuhan berwisata dari wisatawan nusantara dapat terakomodir dengan baik yang mempengaruhi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

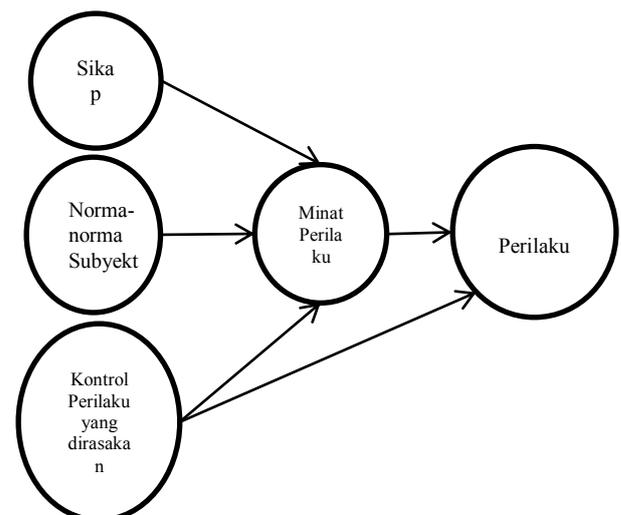
Di sisi lain Barron, dkk dalam Rebollo (2018:26) menyebutkan bahwa susah memahami perilaku dari generasi milenial: *"plenty of company executives obtained negative or dismissive attitude towards millennial because they have difficulty in understanding their behavior"*. Sektor pariwisata mengerahkan upaya dalam membuat analisa dalam akuisisi pariwisata dalam rangka memahami faktor yang mempengaruhi wisatawan. Loureiro dan Katenholz dalam Rebollo (2018:27) menyebutkan menganalisis kegiatan pariwisata sangat rumit. *"Hence, analyzing the tourism activities is complicated because tourist challenge their preferences, requirements, wants, and needs time to time"*.

Wisatawan merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran. Model dalam memahami perilaku konsumen juga ada berbagai macam, pendekatan yang dapat dilakukan guna memahami variabel-variabel dalam penelitian perilaku konsumen juga beragam. Studi yang dihasilkan Kotler (2009:159) guna mengetahui perilaku konsumen menggunakan pendekatan melalui variabel sosial, sosiologi, budaya, pribadi. Penelitian dari Hawkins dan Mothersbaugh (2010:64) meneliti perilaku konsumen menggunakan 2 pendekatan yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Studi selanjutnya

oleh Ajzen dalam Jogiyanto (2007:61) adalah TPB (*Theory Planned Behavior*) yang mencakup variabel-variabel yang dimiliki beberapa model lainnya, variabel-variabel yang terdapat dalam model ini adalah sikap, norma subyektif, kontrol perilaku dan minat.

Mengamati sikap dan perilaku wisatawan milenial di destinasi wisata akan sangat membantu bagi para *stakeholder* penyedia layanan pariwisata dan instansi terkait lainnya di destinasi dalam rangka memenuhi kebutuhan wisatawan, dan sebaliknya bagi para *stakeholder* di destinasi dapat memahami dan memenuhi kebutuhan wisatawan milenial sehingga menghasilkan kepuasan bagi wisatawan khususnya generasi milenial dan membuat wisatawan mau mengunjungi kembali destinasi tersebut dan merekomendasikannya kepada kerabat teman dan saudaranya.

Mengetahui perilaku wisatawan milenial nusantara saat berwisata di destinasi-destinasi wisata dalam penelitian ini, penulis memilih untuk mengeksplorasi perilaku wisatawan milenial dengan teori Ajzen dalam Jogiyanto, 2007. Menurut Ajzen dalam Jogiyanto berikut adalah variabel yang dapat mengukur perilaku seseorang, yaitu sikap, norma-norma subyektif (*subjective norms*), kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*), minat wisatawan milenial dan hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi pelaku industri pariwisata untuk mengetahui sikap wisatawan milenial.



Gambar 1. Model *Theory Planned Behavior*
Sumber: Jogiyanto (2007)

Teori *Planned Behavior* (TPB) adalah teori untuk mengetahui perilaku seseorang,

TPB sendiri adalah perluasan *Theory of Reasoned Action* (TRA). Ajzen dalam Jogiyanto (2007:61). Dalam model TPB terdapat 5 konstruk yaitu sikap, norma-norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, minat dan perilaku, model TPB dapat dilihat dalam gambar 1.

Dari gambar 1.1 model *Theory Planned Behavior* dapat mempunyai 2 fitur, yang pertama TPB menyebutkan kontrol perilaku yang dirasakan memiliki implikasi motivasional terhadap minat. Maka dari itu diharapkan terdapat hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dengan minat yang tidak melalui sikap dan norma subyektif. Fitur yang kedua adalah kemungkinan adanya hubungan langsung antara kontrol perilaku yang dirasakan dengan perilaku. Sehingga, kontrol perilaku yang dirasakan dapat mempengaruhi perilaku secara tidak langsung melalui minat, serta dapat memprediksi perilaku secara langsung.

TRA sebelumnya dirancang untuk menghubungkan dengan perilaku yang dimana setiap individu memiliki tingkatan yang cukup tinggi atas kontrol kemauannya (*volitional control*) lalu berasumsi jika seluruh perilaku yang ada adalah domain-domain berdasarkan psikologi sosial serta personaliti. TPB secara langsung mampu mengidentifikasi beberapa perilaku yang tidak semuanya di bawah kontrol penuh sehingga konsep dari perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) ditambahkan untuk menangani perilaku-perilaku semacam ini.

TPB menjelaskan perilaku setiap individu mengarah kepada 3 macam kepercayaan yaitu, kepercayaan terhadap perilaku, yaitu kepercayaan tentang kemungkinan terjadinya perilaku. Dalam model TPB disebutkan bahwa sikap terhadap perilaku. Kedua norma-norma subyektif, yaitu kepercayaan mengenai ekspektasi normatif yang berasal orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi yang ada. Dalam model TPB disebut dengan norma-norma subyektif sikap terhadap perilaku. Ketiga kontrol kepercayaan terhadap perilaku, yaitu kepercayaan mengenai keberadaan faktor-faktor yang akan merintangi atau memfasilitasi kinerja dari sebuah perilaku dan kekuatan yang dirasakan oleh faktor tersebut. Di dalam TPB

konstruk ini disebut kontrol perilaku yang dirasakan.

Kajian Empiris

Saat ini negara Indonesia memasuki era bonus demografi yaitu, era baru yang terjadi karena adanya perubahan struktur umur dari penduduk yang memiliki tanda rasio perbandingan dari keseluruhan masyarakat produktif yaitu penduduk yang berusia 15-64 tahun, dengan jumlah masyarakat yang tidak produktif dengan usia dibawah 15 tahun dan diatas 65 tahun, juga sering disebut dengan rasio ketergantungan (*dependency ratio*). Era bonus demografi adalah suatu fenomena yang sangat jarang terjadi dalam suatu negara, dikarenakan fenomena tersebut hanya mungkin terjadi sekali dalam keseluruhan masa suatu negara. Bonus demografi akan menjadi nyata angka rasio ketergantungan berada dibawah 50, atau total jumlah penduduk dengan usia produktif lebih dari 66% jumlah penduduk secara keseluruhan.

Rasio ketergantungan bangsa Indonesia tahun 2015 sebesar 49,20, dengan demikian 67,02% dari jumlah penduduk Indonesia berada di usia produktif. Jika dihubungkan dalam bentuk persentase dari generasi milenial tahun 2017 sebesar 33,75% dari total seluruh populasi di Indonesia, dapat diartikan generasi milenial yang berada dalam usia produktif melebihi setengahnya yaitu sebesar 50,36%. Dalam pembentukan struktur dari penduduk Indonesia yang berusia produktif generasi milenial memegang peranan generasi yang terbesar dibanding generasi lainnya.

Tabel 2. Persentase Jumlah Generasi Milenial di Indonesia

Nama Generasi	Jumlah(juta orang)	Persentase
Generasi Alpha	47.578,9	18%
Generasi Z	45.351,3	17%
Generasi Milenial	83.993,6	32%
Generasi X	65.248,9	25%
Generasi Baby Boomer	20.934,9	7%
Veteran	4.967,0	1%
Jumlah	268.074,6	100%

Sumber : Badan Pusat Statistik(2020)

Berdasarkan tabel 2.1 persentase terbesar penduduk Indonesia dipegang oleh generasi

milenial sebesar 32% yang memiliki peran pada era bonus demografi, yang diperkirakan akan mengendalikan roda pembangunan terlebih dibidang ekonomi yang diharapkan dapat membawa negara ini menuju pembangunan yang lebih dinamis dan maju. Dapat dikatakan generasi milenial merupakan modal besar untuk mewujudkannya.

Meneruskan pernyataan menteri pariwisata sebelumnya bapak Arief Yahya yang menyebutkan bahwa adanya urgensi dalam tourism 4.0 di Indonesia jika dilihat dari perspektif konsumen yang sudah sangat digital dan mendominasinya wisatawan milenial dalam komposisi wisatawan yang datang ke Indonesia. Sebesar 70% wisatawan pencarian dan pembagian informasi melalui digital. Lebih dari 50% wisatawan adalah milenial yang paham digital. Beliau juga mengatakan bahwa milenial adalah segmen yang penting karena ukurannya pasar yang besar dan terus meningkat dan juga pengaruh yang diberikan besar dan berpengaruh.

Kemenparekraf (2020) menyatakan milenial adalah kunci pariwisata kedepannya dan mengharapkan generasi milenial menjadi pelopor untuk berwisata sesuai protokol kesehatan yang telah ada. menyebutkan agar milenial dapat berpikir kreatif dan selalu berorientasi kepada hasil dalam upaya untuk memajukan pariwisata dan ekonomi kreatif yang saat ini menjadi salah satu penghasil devisa terbesar Indonesia. Setelah berakhirnya masa pandemi COVID-19, generasi milenial diprediksi akan menjadi paradigma dan tren berwisata baru yang lebih mengarah kepada kesehatan dan keamanan dalam berbagai sector, mulai dari atraksi, transportasi, akomodasi, preferensi produk, hingga label higienis.

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Sikap wisatawan milenial terhadap perilaku secara positif mempengaruhi minat kunjungan wisatawan milenial.

H2: Norma-norma subjektif wisatawan milenial mempengaruhi minat kunjungan wisatawan milenial.

H3: Kontrol perilaku yang dirasakan wisatawan milenial berdampak positif terhadap minat kunjungan wisatawan milenial.

H4: Kontrol perilaku yang dirasakan wisatawan milenial berdampak positif terhadap perilaku wisatawan milenial.

H5 : Minat kunjungan wisatawan milenial mempengaruhi perilaku wisatawan milenial.

2. METODE

Perilaku dari wisatawan milenial nusantara dalam penelitian ini akan diungkap menggunakan TPB dimana menjelaskan perilaku wisatawan milenial nusantara menuju produk dan layanan pariwisata yang dirangsang oleh sarana minat. Minat ini dipengaruhi oleh sikap kemungkinan mereka pada produk dan jasa pariwisata. Sikap dipengaruhi oleh internal dan motivasi eksternal untuk menginspirasi wisatawan untuk bepergian. Selain itu, media sosial ditambahkan untuk menguji tingkat pengaruh teknologi yang mungkin mengubah perilakunya.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah wisatawan nusantara generasi milenial yang memiliki tahun lahir dari 1980-2000. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, serta menggunakan *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini menggunakan 200 responden berdasarkan teori dari Sarwono (2017). Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian penjelasan atau *explanatory* dengan variabel bebas yaitu sikap, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, serta variabel terikat minat dan perilaku wisatawan. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan melakukan survey secara daring melalui *google form*.

Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini merupakan SEM atau Structural Equation Modeling, Sarwono dalam bukunya (2010:175) mengatakan teknik analisis multivariat umum yang memiliki manfaat mengenai berbagai versi khusus untuk jumlah metode analisis lainnya sebagai kasus khusus.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

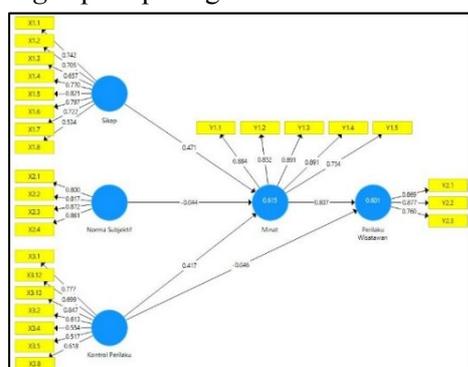
Penelitian ini memakai teknik *sampling non probability*, serta menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Mahadewi (2018) adalah sampel penelitian ditentukan dengan dasar pertimbangan subjektif dari penulis, dengan syarat-syarat

yang akan menjadi kriteria dalam penentuan sampel. Dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan yang yang dimaksud merupakan wisatawan nusantara yang dianggap dan dipandang cocok sebagai sumber data atau responden, dengan kriteria wisatawan yang

dijadikan responden adalah :

- a) Wisatawan nusantara, berkebangsaan Indonesia yang lahir pada tahun 1980-2000.
 - b) Wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Indonesia dalam tiga tahun terakhir.
 - c) Wisatawan yang memiliki kesehatan rohani, kemampuan verbal dan non-verbal dengan baik.
- Menurut Sarwono (2010:176) ukuran sampel dalam sebuah penelitian yang menggunakan teknik analisis SEM tidak diperbolehkan sedikit atau kecil, dikarenakan SEM sangat berdasarkan terhadap pengujian sensitif pada ukuran sampel, magnitude, serta perbedaan matriks kovarian, Sarwono menyebutkan ukuran sampel dalam penelitian menggunakan teknik analisis ini ukuran sampelnya berkisar 200-400. Berdasarkan teori dari Sarwono, 2017 responden dalam penelitian ini menggunakan 200 responden, penulis mengambil jumlah minimum dikarenakan keterbatasan

Penelitian ini melibatkan 200 responden dengan pembagian 100 responden wanita dan 100 responden merupakan laki-laki, klasifikasi usia 21-28 tahun sebesar 79,5% dan responden yang berusia 29-36 sebesar 20,5%. Dengan menggunakan teknik analisis SEM variabel yang ada dilakukan analisis *convergent validity* dengan hasil sikap memiliki 8 indikator, variabel norma subyektif terdapat 4 indikator, variabel kontrol perilaku 7 indikator, variabel minat 5 indikator dan pada variabel perilaku 3 indikator yang memiliki nilai *outer loading* seperti pada gambar 1.2.



Gambar 2. Nilai Outer Loading
Sumber : Data diolah (2020)

Nilai dari setiap *score* item/indikator setiap variabel Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Minat dan Perilaku Wisatawan memiliki nilai lebih besar dari 0.5, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator individu dianggap *reliable*. Dilanjutkan dengan analisis *discriminant validity* yang menghasilkan semua variabel yang digunakan dinyatakan valid. Uji realibilitas yang digunakan untuk membuktikan akurasi dan ketepatan instrumen mendapatkan hasil setiap variabel reliabel karena memiliki nilai *cronbach alpha & composite reliability* diatas 0,700.

Tabel 3. Path Coefficients dengan bootstrapping

Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Syarat T Statistics	Keterangan Koefisien	Keterangan
Sikap -> Minat	0.471	5.359	0.000	1.96	Positif	Signifikan
Norma-Norma Subjektif -> Minat	-0.044	0.697	0.486	1.96	Negatif	Tidak Signifikan
Kontrol Perilaku Yang Dirasakan -> Minat	0.417	4.285	0.000	1.96	Positif	Signifikan
Kontrol Perilaku Yang Dirasakan -> Perilaku Wisatawan	-0.046	0.559	0.576	1.96	Negatif	Tidak Signifikan
Minat -> Perilaku Wisatawan	0.807	12.444	0.000	1.96	Positif	Signifikan

Sumber: Data Diolah, 2020

Uji *Bootstrapping* merupakan langkah selanjutnya untuk menganalisa *inner model* dengan hasil, minat dipengaruhi sebesar 61.5% oleh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku. Variabel selanjutnya yaitu perilaku wisatawan dipengaruhi sebesar 60.1% oleh Kontrol Perilaku dan Minat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian. Hasil dari pengujian hipotesis dengan *bootstrapping* mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Sikap Terhadap Minat

Path Coefficients menunjukkan bahwa sikap terhadap minat menghasilkan koefisien sebesar 0.471 dan nilai t-statistik sebesar 5.359. Besarnya nilai dari koefisien 0.471 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan sikap terhadap minat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat.

2. Pengaruh Norma-norma Subjektif Terhadap Minat

Path Coefficients menunjukkan bahwa norma subjektif terhadap minat menghasilkan koefisien sebesar -0.044 dan nilai t-statistik sebesar 0.697. Besarnya nilai dari koefisien -

0.044 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif norma-norma subjektif terhadap minat, dengan nilai t-statistik sebesar 0.697 lebih kecil dari 1.96 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan norma-norma subjektif terhadap minat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah norma-norma subjektif berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat.

3. Pengaruh Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Minat

Kontrol perilaku terhadap minat menghasilkan koefisien sebesar 0.417 dan nilai t-statistik sebesar 4.285. Besarnya nilai dari koefisien 0.417 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat, dengan nilai t-statistik sebesar 4.285 lebih besar dari 1.96 yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan kontrol perilaku terhadap minat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap minat.

4. Pengaruh Kontrol Perilaku yang Dirasakan Terhadap Perilaku Wisatawan

Kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku wisatawan menghasilkan koefisien sebesar -0.046 dan nilai t-statistik sebesar 0.559. Besarnya nilai dari koefisien -0.046 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku wisatawan, dengan nilai t-statistik sebesar 0.559 lebih kecil dari 1.96 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap minat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku wisatawan.

5. Pengaruh Minat Terhadap Perilaku Wisatawan

Minat terhadap perilaku wisatawan menghasilkan koefisien sebesar 0.807 dan nilai t-statistik sebesar 12.444. Besarnya nilai dari koefisien 0.807 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif minat terhadap perilaku wisatawan, dengan nilai t-statistik sebesar 12.444 lebih besar dari 1.96 yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan minat terhadap perilaku wisatawan. Kesimpulan yang dapat diambil adalah minat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku wisatawan.

Dalam penelitian ini terdapat 5 pertanyaan penelitian, pertanyaan yang pertama merupakan bagaimana hubungan sikap wisatawan milenial terhadap minat kunjungan wisatawan. Dari hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap kunjungan wisatawan milenial terhadap minat kunjungan yang dapat diartikan sikap dari dalam diri seseorang akan mempengaruhi minatnya untuk melakukan suatu perjalanan wisata. Sesuai dengan teori Ajzen dalam Jogiyanto (2007:32) yang menyebutkan minat seseorang terhadap perilaku diprediksi oleh sikapnya. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Rebollo(2017); Wang dkk (2018); Haesup (2009); dan Ziadat (2015).

Pertanyaan kedua dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan antara norma-norma subjektif wisatawan milenial terhadap minat kunjungan wisata yang setelah dilakukan pengujian hipotesis hasilnya tidak signifikan atau negatif, sama seperti penelitian sebelumnya oleh Rebollo(2017) dan Kuo (2012) yang dapat diartikan norma-norma subjektif atau yang dapat diartikan sebagai pengaruh dari lingkungan sekitar seseorang tidak mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan suatu perjalanan wisata. Menurut Ajzen dalam Jogiyanto (2007:42) norma-norma subjektif merupakan pandangan atau persepsi seseorang kepada kepercayaan yang dipegang orang lain, yang dimana akan mempengaruhi minat guna menjalankan atau tidak menjalankan sebuah perilaku yang sedang dipertimbangkan, jika dilihat kedalam hasil dari penelitian, norma subjektif tidak mempengaruhi minat untuk berwisata wisatawan milenial nusantara, sehingga tidak sesuai dengan teori yang ada.

Jika digabungkan dengan hasil hipotesis pertama maka hal ini berkesinambungan, seseorang memiliki minat untuk melakukan suatu perjalanan berdasarkan dirinya sendiri bukan karena pengaruh dari orang lain, sesuai dengan tren yang sedang ada di Indonesia banyaknya agen perjalanan yang membuat 'open trip' dimana didalam perjalanan ini memungkinkan seseorang mengikuti suatu perjalanan seorang diri, tetapi digabungkan dengan orang-orang lainnya yang memilih untuk mengikuti 'open trip' ini dengan biaya yang lebih murah karena melakukan sharing transportasi dan akomodasi.

Pertanyaan penelitian yang ketiga adalah bagaimana hubungan kontrol perilaku yang dirasakan wisatawan milenial terhadap minat melakukan perjalanan wisata berdasarkan pengujian hipotesis ditemukan pengaruh yang signifikan yang berarti ada hubungan positif kontrol perilaku yang dirasakan wisatawan milenial terhadap minat seseorang untuk melakukan perjalanan wisata tersebut. Hasil yang signifikan ini sesuai dengan teori dari Ajzen dalam Jogiyanto (2007:62) yang menyebutkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan memiliki implikasi motivasional kepada minat. Hasil dari penelitian ini sama atau konsisten dengan penelitian sebelumnya milik Wang dkk, (2018); Haesup (2009); Ziadat (2015); Kuo (2012).

Pertanyaan penelitian selanjutnya adalah bagaimana hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku wisatawan milenial, dan setelah dilakukan uji hipotesis didapatkan hasil yang tidak signifikan atau negatif sama seperti penelitian sebelumnya oleh Rebollo (2017) sehingga tidak ditemukan hubungan antara kontrol perilaku wisatawan terhadap perilaku wisatawan di destinasi wisata yang dikunjunginya. Jika melihat teori yang ada menurut Ajzen dalam Jogiyanto (2007:63) yang menyebutkan kontrol perilaku yang dirasakan dapat memprediksi perilaku secara langsung bertentangan dengan hasil penelitian yang menyatakan tidak ada hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dengan perilaku wisatawan milenial nusantara.

Pertanyaan penelitian yang terakhir adalah bagaimana hubungan antara minat wisatawan milenial terhadap perilaku mereka di destinasi wisata yang dikunjungi, berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh signifikan yang berarti terdapat pengaruh positif antara minat seseorang terhadap perilakunya di destinasi wisata yang dikunjungi, sama seperti penelitian sebelumnya oleh Rebollo (2017); Wang dkk (2018); dan Ziadat (2015).

4. KESIMPULAN

Mengetahui bagaimana perilaku wisatawan milenial nusantara dalam mengunjungi destinasi di Indonesia dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Sikap wisatawan milenial mempengaruhi minat seseorang untuk berwisata, yang seirama dengan teori dari Ajzen dalam Jogiyanto (2007). Hal ini mengartikan sikap atau jumlah dari afeksi yang dirasakan untuk menerima atau menolak suatu perilaku seseorang akan mempengaruhi minatnya dalam melakukan suatu perjalanan wisata.
2. Norma-norma subyektif dari seseorang tidak mempengaruhi minatnya untuk mengunjungi destinasi di Indonesia. Norma subyektif dalam penelitian ini sendiri diartikan sebagai persepsi maupun pandangan orang lain yang mampu mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Jika dikaitkan dengan tujuan penelitian yang pertama dapat diartikan, wisatawan milenial dalam memutuskan perilakunya tidak mudah dipengaruhi oleh orang-orang di lingkungan sekitarnya.
3. Kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) mempengaruhi minat wisatawan milenial untuk mengunjungi destinasi di Indonesia. Dalam penelitian ini kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan yang akan dihadapi wisatawan milenial untuk melakukan perilaku, atau dapat diartikan sebagai pertimbangan beberapa konstrain-konstrain yang realistis dan mungkin terjadi. Wisatawan milenial akan memikirkan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi terhadap minat untuk melakukan wisata.
4. Variabel kontrol perilaku yang dirasakan selain untuk mengukur minat wisatawan milenial, dalam penelitian ini juga digunakan untuk mengukur perilaku wisatawan milenial, dengan hasil tidak terdapatnya pengaruh antara kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perilaku wisatawan milenial. Yang dapat diartikan kontrol perilaku yang dirasakan tidak dapat mempengaruhi perilaku secara langsung seperti yang diungkapkan Jogiyanto (2007).
5. Minat seorang wisatawan milenial mempengaruhi perilakunya dalam mengunjungi destinasi di Indonesia. Minat sendiri diartikan dengan perilaku atau tindakan volitional dan dapat memprediksi dengan akurasi yang tinggi, namun minat itu sendiri dapat berubah menurut waktu. Minat dari wisatawan milenial ini juga merupakan suatu fungsi dari penentu dasar untuk melakukan

perilaku yang berhubungan dengan faktor pribadi maupun sosial.

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan tersebut, dapat disimpulkan bahwa wisatawan milenial dalam menentukan minat untuk melakukan perjalanan wisata lebih mementingkan pendapat dirinya sendiri dibanding pendapat dari orang terdekat dan lingkungannya. Wisatawan milenial akan memikirkan segala kemungkinan-kemungkinan yang terjadi terhadap minat untuk melakukan perjalanan wisata. Minat atau kontrol kemauan dari wisatawan milenial untuk melakukan perjalanan wisata mempengaruhi perilaku dirinya.

Masukan dari peneliti, melihat dari permasalahan akan semakin berkembangnya jumlah wisatawan milenial di usia produktif yang menjadikan wisatawan milenial sebagai pasar yang strategis bagi para pelaku bisnis pariwisata serta hasil penelitian, penulis menyarankan bagi para pelaku bisnis di bidang pariwisata agar menyediakan layanan yang ramah terhadap wisatawan perorangan, mengingat hasil dari penelitian yang menyatakan wisatawan milenial lebih memilih keputusan pribadinya dibanding keputusan orang di lingkungannya dalam menentukan perilaku untuk berwisata. Informasi yang lengkap di internet mengenai suatu destinasi akan sangat membantu wisatawan milenial saat ini untuk memilih suatu destinasi yang akan dia kunjungi. *Smart Destination* akan cocok bagi wisatawan milenial saat berwisata, dengan kelengkapan dan kemudahan untuk mendapatkan informasi mendukung wisatawan milenial dalam melakukan perjalanan. Pemanfaatan temuan dalam penelitian ini juga dapat digunakan dalam sisi praktis dan dalam pengembangan teori. Sisi praktis hasil dari penelitian ini dapat digunakan para stakeholder di bidang pariwisata seperti akomodasi, transportasi, travel agent dan lainnya.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik.(2019). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Cavagnaro,Elena., Staffieri, Simona., Postma, Albert.(2018). Understanding millennials' tourism experience: values and meaning to travel as a key for identifying target clusters for youth (sustainable) tourism.*Journal of Tourism Futures*,4(1),31-42.
- Damanik, J., 2005, Kebijakan Publik dan Praksis Democratic Governance di Sektor Pariwisata, *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, Vol. 8 (3), 331-350.
- Han, Heesup., Hsu, Li-Tzang (Jane)., Sheu, Chwen.(2010).Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities.*Tourism Management* 31, 325–334.
- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*.11th edition.
- Jogiyanto.2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kuo,Nae-Wen.(2012).Applying the Theory of Planned Behavior to Predict Low-Carbon Tourism Behavior: A Modified Model fromTaiwan.*International Journal of Technology and Human Interaction*, 8(4), 45-62.
- Rebollo, Hazel Princess M. (2018). A structural model of millennial tourist behavior towards tourism in Davao Region. *Journal of Advances in Humanities and Social Sciences*. 4(1), 26-36.
- Sarwono, Jonathan (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*,10(3),173-182.
- Sofronov, B. (2018). Millennials: A New Trend for the Tourism Industry. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 18(3), 109-122.
- UNWTO.(2016). How are Millennials influencing marketing and product development in tourism?. Guilin of China: Jordan, Peter. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/guilintsmforum_peterjordan_toposophy.pdf
- Wang, Chang., Zhang, Jinhe., Hu,Peng Yu Huan .(2018).The theory of plannedbehavior as a model for understanding tourists' responsible

environmental behaviors: The moderating role of environmental interpretations. *Journal of Cleaner Production*,194,.425-434.

Ziadat, Mamdouh T. AL.(2015). Applications of Planned Behavior Theory (TPB) in Jordanian Tourism. *International Journal of MarketingStudies*,7,(3),95-106