

Minat Berwisata Generasi Milenial ke Ekowisata Pesisir *Clungup Mangrove Conservation* (CMC) Tiga Warna di Kabupaten Malang, Jawa Timur

Millennial Visit Intention to the Clungup Mangrove Conservation (CMC) Tiga Warna Coastal Ecotourism in Malang Regency, East Java

*Zainal Abidin^{1,2}, Nuddin Harahab^{1,2}, A. W. Muhaimin³ dan M. O. Z. Prabowo¹

¹Fisheries Agrobusiness Study Program, Universitas Brawijaya
Jln. Veteran Malang, 65145 Jawa Timur, Indonesia

²Fisheries Socioeconomics (PSDKU) Study Program, Universitas Brawijaya
Jln. Veteran Malang, 65145 Jawa Timur, Indonesia

³Agribusiness Study Program, Universitas Brawijaya
Jln. Veteran Malang, 65145 Jawa Timur, Indonesia

ARTICLE INFO

Diterima tanggal : 21 November 2022
Perbaikan naskah: 27 Agustus 2023
Disetujui terbit : 7 September 2023

Korespondensi penulis:
Email: z_abidin@ub.ac.id

DOI: <http://dx.doi.org/10.15578/marina.v9i2.11907>



ABSTRAK

Perpaduan antara konsep pariwisata dan konservasi menjadi tren pengelolaan wisata masa depan. Ekowisata *Clungup Mangrove Conservation* (CMC) di Kabupaten Malang, Indonesia merupakan salah satu *community based ecotourism* yang konsisten menerapkan prinsip ekowisata. Adanya perbedaan kepedulian lingkungan di antara pengunjung ataupun masyarakat, termasuk generasi milenial, menyebabkan minat berkunjung ke destinasi ekowisata CMC yang telah menerapkan prinsip ekowisata pun belum seberapa pulih. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis peran kepedulian lingkungan generasi milenial dalam menentukan minat berkunjung dan (2) menganalisis peran konstruk TPB (*theory of planned behavior*) dalam memediasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat berkunjung. Penelitian eksplanatori ini menggunakan metode survei terhadap pengunjung milenial domestik ekowisata pesisir CMC Tiga Warna pada bulan Mei—Juni 2022. Responden penelitian ini sebanyak 628 pengunjung. Metode analisis data menggunakan *SEM-WarpPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya kepedulian lingkungan generasi milenial dapat menentukan minat berkunjung ke ekowisata pesisir karena efektifnya peran mediasi konstruk TPB (sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku). Temuan riset ini memperluas penerapan TPB karena menempatkan konstruk TPB sebagai *mediating variable* peran kepedulian lingkungan terhadap minat kunjungan wisatawan milenial ke ekowisata pesisir. Perlu peningkatan persepsi kontrol perilaku sebagai prediktor utama minat berwisata, disusul dengan peningkatan norma subjektif ataupun sikap. Pemerintah daerah perlu terus menjaga situasi perekonomian agar kondusif sehingga memungkinkan ekonomi masyarakat termasuk untuk pengeluaran berwisata, membuat pengunjung yakin, mau, dan mampu, serta memiliki sumber daya yang cukup mendukung pengeluaran untuk berwisata.

Kata Kunci: ekowisata pesisir; kepedulian lingkungan; milenial; theory of planned behavior; minat berkunjung

ABSTRACT

The integration of tourism with conservation principles is a future tourist management trend. Clungup Mangrove Conservation (CMC) ecotourism in Malang Regency, Indonesia, is a community-based ecotourism that adheres to the ecotourism idea. The CMC ecotourism destination, which has applied the philosophy of ecotourism that has not yet recovered, attracts visitors, including millennials, because of their environmental concerns. For this reason, this study aims to (1) analyze the role of the millennial generation's environmental concern in determining the visit intention, (2) analyze the role of the TPB construct (Theory of Planned Behavior) in mediating the influence of environmental concern on the visit intention. This explanatory research uses a survey method for domestic visitors to the "CMC Tiga Warna" coastal ecotourism in May-June 2022. These research respondents were 628 domestic visitors. The data analysis method uses SEM-WarpPLS. Due to the successful involvement of TPB construct mediation (attitudes, subjective norms, and perceptions of behaviour control), millennials' environmental concerns may impact their interest in coastal ecotourism. TPB's construct position as a mediator variable between environmental concern and millennial visitors' visit intention in coastal ecotourism boosted its utilisation. As the main predictor of visit intention, behavioural control must be increased, followed by subjective norms and attitudes. Local governments must keep the economy healthy to keep travel expenses rising. They also require enough money for trip.

Keywords: coastal ecotourism; environmental concern; millennial; Theory of Planned Behavior; visit intention

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pemanfaatan sumber daya alam untuk pariwisata dapat menyebabkan kerusakan sumber daya jika berfokus pemanfaatannya saja. Untuk mengurangi dampak negatif tersebut, pariwisata

perlu menerapkan prinsip ekowisata (Handriana & Ambara, 2016), sebagai pariwisata berkualitas untuk mempertahankan kualitas objek dan daya tarik alam, dan sekaligus menggerakkan perekonomian daerah (Setyadi *et al.*, 2012). Salah satu bentuk

implementasi dari prinsip ekowisata terdapat pada ekowisata pesisir Clungup Mangrove Conservation (CMC) Tiga Warna yang berlokasi di Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Pengelolaan ekowisata CMC Tiga Warna tergolong konsisten melakukan konservasi dan ekowisata (Abidin *et al.*, 2021) sebagai bagian dari penerapan prinsip ekowisata (Setyadi *et al.*, 2012). Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan minat kunjungan wisatawan dengan memperhatikan tingkat kepedulian lingkungan para pengunjung milenial sehingga tujuan ekowisata dan peningkatan jumlah kunjungan dapat selaras. Adanya perbedaan kepedulian lingkungan di antara pengunjung dan masyarakat, termasuk generasi milenial menyebabkan minat berkunjung ke destinasi ekowisata yang telah menerapkan prinsip ekowisata pun fluktuatif. Untuk itu, kepedulian lingkungan perlu terus ditingkatkan pada generasi milenial sebagai generasi yang mudah menularkan informasi dan perilaku ramah lingkungan. Seberapa efektif peran kepedulian lingkungan generasi milenial yang menjadi determinan minat kunjungan ataupun dimediasi oleh konstruk *theory of planned behavior* (TPB) merupakan alasan penelitian ini penting untuk dilakukan.

Penelitian ini bermaksud menyediakan tambahan bukti empiris penerapan kepedulian lingkungan (*environmental concern/EC*) sebagai perluasan TPB. Penelitian sebelumnya yang menggunakan TPB oleh (Yadav & Pathak, 2016) pada konteks pembelian *green product* tidak menghubungkan EC pada norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Penelitian (Sun & Wang, 2019) pada konteks pembelian *green product* mengabaikan EC. Padahal, EC merupakan variabel penting yang berpengaruh pada niat pembelian *green product* (Chaudhary & Bisai, 2018; Sun & Wang, 2019) ataupun diduga juga pada jasa wisata yang ramah lingkungan. Selain itu, peneliti lain (Chen & Tung, 2014) menyatakan bahwa EC memengaruhi norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku yang kemudian secara bersama-sama dengan sikap dapat memengaruhi niat kunjungan ke *green hotel*.

Sejauh yang diketahui, jarang ada penelitian yang mengukur minat berkunjung generasi milenial ke ekowisata pesisir di Indonesia. Pada penelitian sebelumnya banyak yang meneliti minat perilaku konsumen di negara maju seperti Amerika Serikat (B. DiPietro *et al.*, 2013; Choi & Johnson, 2019; Schniederjans & Starkey, 2014), Jerman (Klein *et al.*, 2019), Spanyol (Sarabia-Andreu & Sarabia-Sánchez, 2018), dan masih sedikit penelitian di

negara berkembang seperti Malaysia (Al Mamun *et al.*, 2018), India (Paul *et al.*, 2016), dan China (Hsu *et al.*, 2017). Berdasarkan permasalahan dan celah (gap) tersebut, peneliti berfokus meneliti pada hal yang bertema tentang “Peran Kepedulian Lingkungan Generasi Milenial sebagai Determinan Minat Berkunjung ke Ekowisata Pesisir yang Dimediasi oleh Konstruk TPB”. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis peran kepedulian lingkungan generasi milenial dalam memengaruhi minat berkunjung ke ekowisata pesisir dan (2) menganalisis peran konstruk TPB dalam memediasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat berkunjung.

Theory of planned behavior (TPB) berasal dari pengembangan *theory of reasoned action* (Werner, 2004). Teori ini menyatakan bahwa perilaku manusia didasarkan oleh tiga jenis pertimbangan, yakni keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol yang pada tahap berikutnya akan menghasilkan sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku yang secara bersama-sama mengarah pada pembentukan niat perilaku (Yadav & Pathak, 2017).

Terdapat tiga variabel konstruk atau prediktor dari TPB, yakni sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sikap merupakan penilaian seseorang yang melakukan perilaku baik/buruk atau mendukung/menentang melakukan tingkah laku. Makin menguntungkan sikap seseorang terhadap suatu perilaku, makin seseorang harus lakukan perilaku itu (Ajzen, 1991). Norma subjektif mengacu pada persepsi seseorang yang paling banyak orang-orang yang penting baginya berpikir bahwa ia harus melakukan atau tidak perilaku yang dipertimbangkan. Lebih banyak orang menganggap bahwa orang lain yang penting baginya berpikir bahwa dia harus melakukan perilaku, makin dia akan melakukannya. Persepsi kontrol perilaku adalah perasaan kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tertentu. Perasaan ini diasumsikan untuk merefleksikan pengalaman sebelumnya dan mengantisipasi suatu permasalahan (Ajzen, 2005).

Theory of planned behavior (TPB) dapat diaplikasikan untuk memprediksi niat dan perilaku konsumen dalam berbagai bidang (Sheppard *et al.*, 1988). Salah satunya juga dapat berguna untuk memprediksi niat konsumen serta perilaku secara luas pada berbagai hal yang berkaitan dengan pro lingkungan seperti pada produk, hotel, dan restoran hijau (Chen & Tung, 2014; Han *et al.*, 2010; Kim *et al.*, 2013; Sun & Wang, 2019; Yadav & Pathak, 2016).

Generasi milenial juga merupakan konsumen masa depan dan bakal menjadi tumpuan ekonomi. Dikaitkan dengan masalah pada penelitian, kerusakan lingkungan akibat wisata di Indonesia menjadi sebuah tantangan yang harus dijawab dan diselesaikan oleh generasi milenial juga melalui peningkatan akan pentingnya kepedulian lingkungan. Temuan penelitian yang dilakukan sebelumnya berkaitan dengan generasi milenial yang dilakukan oleh Yadav & Pathak (2016) dan Sreen *et al.* (2018) menunjukkan bahwa semua konstruk TPB berpengaruh secara signifikan dalam memengaruhi niat konsumen muda/mahasiswa untuk membeli produk ramah lingkungan atau daur ulang.

Kepedulian lingkungan adalah sikap kuat untuk melindungi lingkungan. Pemilihan atribut produk dipengaruhi oleh kepedulian lingkungan individu atau dukungan untuk melindungi lingkungan (Kushwah *et al.*, 2019). Kepedulian lingkungan akan memengaruhi persepsi konsumen mengenai produk dan perilaku pilihan yang akan dilakukan (Kushwah *et al.*, 2019). Kepedulian lingkungan merupakan variabel penting yang dapat memengaruhi niat beli melalui pengaruhnya terhadap sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Chen & Tung, 2014). Bahkan, dalam pengembangannya, kepedulian lingkungan juga memengaruhi niat beli secara langsung (Hartmann & Apaolaza, 2012; Yadav & Pathak, 2016). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Corral (2003) dan Freire da Silva (2014) menyebutkan pentingnya kepedulian terhadap lingkungan, dalam hal menilai niat perusahaan untuk mengadopsi teknologi yang lebih bersih. Hal ini menunjukkan pentingnya kepedulian terhadap lingkungan; niat dan perilaku individu. Banyak permasalahan lingkungan yang juga mulai disoroti masyarakat secara meluas (Lestari & Trihadiningrum, 2019).

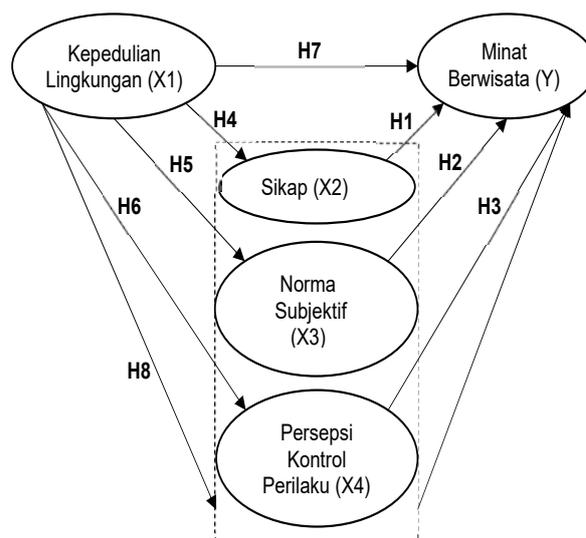
Ekowisata sebagai wisata ramah lingkungan merupakan jawaban atas permasalahan kerusakan lingkungan akibat pariwisata. Hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Haines *et al.* (2008) yang meneliti tentang niat menyatakan bahwa kepedulian lingkungan konsumen dapat memberikan dampak tidak langsung atas niatnya dalam mengunjungi hotel hijau melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

Pendekatan Ilmiah

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei—Juni 2022 di Ekowisata Pesisir CMC Tiga Warna, Kabupaten Malang. Rancangan penelitian eksplanatori ini menggunakan metode penelitian survei dengan bantuan kuesioner. Survei dilakukan

terhadap pengunjung milenial domestik yang pernah melakukan kunjungan minimal satu kali ke CMC Tiga Warna dalam 2 tahun terakhir. Pengunjung milenial adalah yang kelahiran tahun 1980—2000-an. Jumlah minimal responden ditentukan berdasarkan kriteria minimum sampel menurut Krejcie & Morgan (1970), yaitu untuk N populasi=55.000, jika $\alpha=5\%$ maka $n=348$ sampel. Adapun analisis data yang digunakan adalah *SEM-WarpPLS*.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, peneliti menetapkan beberapa variabel penelitian dan menyusun model hipotesis (Gambar 1). Variabel penelitian yang digunakan adalah variabel eksogen (X_1 : Kepedulian lingkungan, X_2 : Sikap, X_3 : Norma subjektif, X_4 : Persepsi kontrol perilaku) dan variabel endogen, yaitu minat berwisata (Y). Setiap variabel tercermin pada indikator-indikatornya sebagaimana dijelaskan pada Tabel 10. Posisi variabel X_2 , X_3 , X_4 dalam penelitian ini juga disebut sebagai variabel mediasi.



Gambar 1. Model Hipotesis.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, berikut merupakan hipotesis yang dapat diusulkan.

- H1: Sikap (ATT) generasi milenial berpengaruh positif terhadap minat berkunjung (*visit intention*/VI) ke ekowisata pesisir
- H2: Norma subjektif (NS) generasi milenial berpengaruh terhadap VI ke ekowisata pesisir
- H3: Persepsi kontrol perilaku (PBC) generasi milenial berpengaruh positif VI ke ekowisata pesisir
- H4: *Environmental concern* (EC) berpengaruh signifikan terhadap *attitude* (ATT)
- H5: *Environmental concern* (EC) berpengaruh signifikan terhadap *subjective norm* (SN)

- H6: *Environmental concern* (EC) berpengaruh signifikan terhadap *perceived behavioral control* (PBC)
- H7: *Environmental concern* (EC) berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata ke ekowisata pesisir (VI)
- H8: Konstruk TPB (sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku) memediasi hubungan antara *environmental concern* (EC) terhadap minat berwisata ke ekowisata pesisir (VI)

Kuesioner yang telah didesign berdasarkan definisi operasional variabel, konsep penelitian, indikator-indikator, dan butir-butirnya. Selanjutnya, dilakukan pengecekan narasi kuesioner agar pernyataan (*statement*) kuesioner tidak ambigu dan mudah dipahami. Kemudian, dilakukan penyebaran kuesioner tahap I sehingga terkumpul 30—60 responden dan dilanjutkan dengan pengujian instrumen penelitian (kuesioner) menggunakan uji reliabilitas dan validitas menggunakan perangkat lunak (*software*) Warp-PLS 6.0. Uji validitas terdiri atas validitas konvergen dan diskriminan. Semua butir pernyataan kuesioner bernilai *loading factor* > 0,3 (Solimun et al., 2017) sehingga dinyatakan valid konvergen. Namun, dalam uji validitas konvergen terlihat masih ada nilai AVE yang tidak memenuhi ketentuan >0,5 (Solimun et al., 2017) walaupun Butarbutar, (2015) memperbolehkan karena tidak menimbulkan kekhawatiran. Selanjutnya, peneliti tetap melacaknya ke nilai *loading factor* dari butir-butir pertanyaan pada variabel X1 (kepedulian lingkungan) yang nilainya masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan variabel lainnya. Peneliti memperbaiki narasi butir pernyataan kuesioner variabel X1 tersebut sebagai prinsip kehati-hatian agar terhindar dari tidak lolosnya uji validitas dan reliabilitas setelah penyebaran kuesioner tahap II.

Adapun uji validitas diskriminan, menurut Solimun et al. (2017), menggunakan dua cara. Pertama, uji yang dilakukan dengan membandingkan antara *loading factor* dan *crossloading factor*. Jika nilai *loading* suatu indikator lebih besar daripada nilai *crossloading*, indikator bersangkutan memenuhi validitas

diskriminan (cara ini untuk menyatakan validitas indikator). Kedua, uji yang dilakukan dengan cara untuk menyatakan validitas diskriminan kuesioner, yaitu dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVEs (sq. rts. of AVEs) dengan koefisien korelasi. Jika akar kuadrat AVEs lebih besar dari koefisien korelasi dengan variabel lainnya, kuesioner dinyatakan valid diskriminan. Hasil uji validitas diskriminan pada data tahap I juga menunjukkan lolos uji.

Selanjutnya dilakukan pengujian *composite reliability* pada data tahap I untuk melihat ukuran data tersebut reliabel pada instrumen penelitian dengan melihat nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*, yang dalam hal ini *composite reliability* harus bernilai di atas 0,70 dan *cronbach's alpha* harus bernilai di atas 0,60 sebagai syarat reliabilitas (Solimun et al., 2017). Pada penelitian ini juga dinyatakan lolos uji reliabilitas. Dengan demikian, kuesioner siap digunakan untuk mengambil data pada tahap II hingga terkumpul kuesioner terisi sejumlah yang ditentukan sebelumnya.

Pada tahap II pengumpulan data, responden yang mengisi kuesioner sebanyak 628 pengunjung milenial domestik yang ditentukan secara *purposive sampling*. Responden yang mengisi kuesioner lengkap sebanyak 628 orang dan sudah melebihi ketentuan minimal 348 orang ($\alpha=5\%$). Pada penelitian ini, pernyataan kualitatif pada kuesioner direspons oleh responden dengan skala pengukuran kuantitatif 1 hingga 5 (skala Likert: 1=Sangat tidak setuju, 2=Tidak Setuju, 3=Netral, 4=Setuju, 5=Sangat setuju). Data Likert yang terkumpul dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang diteliti. Jawaban responden tersebut merupakan persepsi terhadap variabel-variabel penelitian melalui butir-butir pernyataan yang mencerminkan tiap variabel. Jawaban kuesioner yang telah terisi lengkap dari sebanyak 628 responden dikelompokkan untuk mengetahui mayoritas jawaban dari setiap indikator ataupun rata-rata jawaban. Pengelompokan interval rata-rata skor jawaban tersebut dilakukan menurut kriteria Supranto (2000) sebagaimana pada Tabel 1.

Tabel 1. Pedoman Interpretasi Lima Kelas Interval Rata-rata Jawaban Responden.

Interval Rata-rata	Interpretasi	
	Supranto (2000)	Diadaptasi untuk Penelitian Menjadi
1,00–1,80	Sangat (Jarang/Buruk/Rendah)	Sangat Rendah
1,81–2,60	Jarang/Buruk/Rendah	Rendah
2,61–3,40	Cukup	Cukup
3,41–4,20	Sering/Baik/Tinggi	Tinggi
4,21–5,00	Sangat (Sering, Baik, Tinggi)	Sangat Tinggi

Sumber: (Supranto, 2000) dan diadaptasi pada penelitian ini (tercantum pada Tabel 10).

Seperti ketentuan pada Tabel 1 (kolom kedua), interpretasi atas interval rata-rata jawaban responden terhadap lima variabel penelitian ini (kepedulian lingkungan, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan minat berwisata) lebih relevan menggunakan interpretasi yang telah diadaptasi (kolom ketiga) menjadi sangat rendah, rendah, cukup, tinggi, dan sangat tinggi. Data penelitian berskala Likert yang dihasilkan dari pengumpulan data tahap II juga dilakukan uji validitas dan reliabilitas kembali yang tidak lain disebut uji *outer model*. Setelah lolos uji tersebut, dapat dilanjutkan evaluasi model struktural (*inner model*) yang meliputi uji kecocokan model (*model fit*) dan uji R^2 , barulah dilakukan uji hipotesis. Untuk uji model fit menggunakan indeks dan ukuran kebaikan hubungan antarvariabel laten (*inner model*) yang macam uji dan kriterianya dijelaskan pada Tabel 8. Adapun uji R^2 untuk mengukur tingkat variasi perubahan nilai variabel independen terhadap variabel dependen, dalam penelitian ini minat berwisata ke CMC Tiga Warna. Nilai R^2 dalam model struktural dapat diinterpretasikan dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substansial (kuat), 0,33 sebagai moderat, dan 0,19 sebagai lemah (Iskandar & Saragih, 2018).

PROFIL EKOWISATA PESISIR CMC TIGA WARNA, PENGUNJUNG, DAN RESPONSNYA

Profil Ekowisata Pesisir CMC Tiga Warna

CMC Tiga Warna mengelola area pesisir seluas 117 ha yang terdiri atas 71 ha mangrove, 10 ha terumbu karang, dan 36 ha hutan lindung. Luas area CMC Tiga Warna ini terbagi menjadi dua area konservasi, yaitu area konservasi mangrove (Pantai Clungup dan Pantai Gatra) dan area konservasi terumbu karang (Pantai Sapana, Pantai Mini, Pantai Batu Pecah, dan Pantai Tiga Warna). Pengelolaan ekowisata ini melibatkan setidaknya 107 masyarakat lokal sehingga dikenal sebagai *community based ecotourism (CBET)*. Masyarakat terlibat sebagai pemandu wisata, penjaga pantai, penjual makanan dan pakaian, persewaan *canoing*, *camping*, *homestay*, dan lain-lain. Prinsip pengelolaan CMC Tiga Warna ini ialah tetap memperhatikan kelestarian ekologi, sosial, dan ekonomi (YBAS, 2020).

Atraksi wisata pada ekowisata CMC Tiga Warna yang masih eksis hingga saat ini adalah *snorkeling*, *camping ground*, *canoing*, dan *banana boat*. Selain itu, terdapat edukasi lingkungan tanam bibit mangrove, pengamatan biota mangrove, dan transplantasi terumbu karang. Abidin *et al.* (2021) menyebutkan bahwa CMC Tiga Warna telah menerapkan sistem *carrying capacity* agar kondisi alam tetap seimbang, yakni maksimal sebanyak 100

pengunjung per 2 jam di Pantai Tiga Warna dan 300 pengunjung di Pantai Gatra dan 300 pengunjung di Pantai Clungup. Kawasan ekowisata CMC Tiga Warna tutup untuk kunjungan atau tidak menerima wisatawan setiap hari Kamis karena setiap hari Kamis dilakukan kegiatan kerja bakti di kawasan CMC Tiga warna yang melibatkan masyarakat sekitar. Tiket masuk destinasi ekowisata ini adalah sebesar Rp10.000,00 per orang. Jika ingin menuju Pantai Tiga Warna, wisatawan wajib membayar biaya tambahan sebesar Rp150.000,00 per kelompok (1 kelompok = 10 orang) untuk jasa penyewaan pemandu wisata. Saat memasuki kawasan Ekowisata CMC Tiga Warna, wisatawan diwajibkan untuk mengisi daftar periksa (*checklist*) barang bawaan yang berpotensi sebagai sampah dalam bentuk nota *checklist* dan akan dicek kembali oleh petugas *checklist* sampah saat meninggalkan area ekowisata. Apabila terdapat jumlah sampah yang tidak sesuai dengan nota *checklist*, wisatawan diharuskan untuk mencari sampah yang tertinggal. Jika sampah itu tidak dapat ditemukan, pengunjung akan diberi sanksi berupa denda Rp100.000,00 per sampah.

Profil Responden Ekowisata Pesisir CMC Tiga Warna

Jumlah kunjungan ke ekowisata CMC Tiga Warna dari 2016—2019 berturut-turut sebanyak 61.485 pengunjung (2016) dan turun 10% menjadi 55.360 pengunjung (2017). Kemudian, pada tahun 2018 ada sedikit kenaikan menjadi 56.395 pengunjung dan pada tahun 2019 terjadi kenaikan kunjungan yang signifikan sebesar 61.574 pengunjung (Abidin *et al.*, 2021). Pada tahun 2020 mulai terjadi pandemik Covid-19 sehingga tak ada pengunjung. Pada pertengahan 2020 mulai ada kunjungan lagi. Menurut pengakuan *tourist guide* CMC Tiga Warna, populasi pengunjung di wilayah studi ini didominasi oleh anak muda. Itu juga relevan dengan karakter demografis responden penelitian, yaitu usia rata-rata antara 17—30 tahun (99%) dan 31—40 tahun (1%) serta perempuan (63%) dan pria (37%). Sebagian besar responden belum menikah (lajang) (98%), menikah belum memiliki anak (1%), dan menikah dengan memiliki anak-anak (1%). Mereka berasal dari Jawa Timur, yaitu Kota Malang (24,20%), Mojokerto (6,68%), Surabaya (5,57%), Nganjuk (4,14%), Sidoarjo (3,98), Lamongan (3,98), Gresik (3,02%), Jombang (2,70%), Bojonegoro (2,38%); dari Jabodetabek, yaitu Bekasi (3,34%), Jakarta (3,02%), Bogor (1,75%), Depok (0,79%); dan 34% dari berbagai daerah lain di Indonesia (Data Primer diolah, 2022).

Profil responden dari usia yang didominasi usia 17—30 tahun (99%) juga relevan dengan jumlah responden yang berpendidikan tinggi (72%), sekolah menengah atas (27%), dan sekolah menengah pertama (1%). Profesi yang paling dominan pun juga demikian, didominasi oleh siswa (93%), disusul sebagai karyawan swasta (3%), pegawai negeri sipil (1%), pengusaha (1%), ibu rumah tangga (1%) dan profesi lainnya (1%). Hal ini sesuai dengan kondisi Malang Raya sebagai kota pendidikan yang memiliki beberapa kampus dan lembaga pendidikan lainnya. Selain itu, kondisi ekowisata mangrove CMC Tiga Warna yang pantainya sangat indah, tetapi posisinya jauh dari tempat parkir sebagai pintu masuk ke pantai pertama (Pos 1) harus ditempuh hingga Pos 2 dengan transportasi sepeda motor (ojek) sejauh 3—4 km, dilanjutkan *tracking* sejauh ± 2 km dengan jalan kaki ke Pantai Gatra yang ditetapkan sebagai zona bebas emisi. Karakteristik seperti itu sesuai dengan preferensi anak muda yang umumnya suka berpetualang. Adapun responden yang menyatakan pernah berkunjung sekali sebanyak 77%, frekuensi kunjungan dua kali (14%), dan lebih dari 2 kali frekuensi kunjungan (9%) (Data Primer diolah, 2022).

Respons atau Jawaban Responden Ekowisata Pesisir CMC Tiga Warna

Jawaban responden atas setiap butir pernyataan pada kuesioner dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif yang berguna untuk mendukung analisis dan memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang diteliti. Bagaimana persepsi yang diberikan oleh responden melalui kuesioner

pada setiap indikator yang dijabarkan melalui butir pertanyaan dan diukur dengan skala Likert. Berdasarkan kuesioner yang telah terisi lengkap sebanyak 628 responden diperoleh rata-rata jawaban responden yang dikelompokkan berdasarkan interval rata-rata skor menurut Supranto (2000) disajikan pada Tabel 2.

Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial dipergunakan untuk menguji hubungan antarvariabel yang bersifat sebab-akibat (kausal). Dari data yang telah terkumpul melalui kuesioner, selanjutnya dilakukan analisis data menggunakan WarpPLS sebagai berikut.

Uji Outer Model

Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan mengevaluasi *measurement model* untuk mengetahui hubungan antara variabel laten dengan indikatornya yang dijelaskan sebagai berikut.

a. Convergent Validity

Convergent validity diukur menggunakan *loading factor* untuk model indikator reflektif dengan nilai muatan faktor $\geq 0,3$ atau signifikan (Solimun et al., 2017). Diketahui bahwa semua model indikator penelitian ini merupakan indikator reflektif. Selain itu, *convergent validity* dapat ditentukan berdasarkan nilai AVE (*average variances extracted*) $> 0,5$. Pada penelitian ini, semua variabel memiliki nilai AVE $> 0,5$, kecuali AVE X1 bernilai 0,482. Hal ini diperbolehkan karena tidak menimbulkan kekhawatiran (Butarbutar, 2015). Berikut ini adalah nilai AVE semua variabel penelitian pada Tabel 3.

Tabel 2. Tabulasi Rata-Rata Skor Jawaban Responden.

Komponen	Kepedulian Lingkungan /EC (X1)				Sikap/ATT (X2)			Norma Subjektif /NS (X3)		
Variabel	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3
Indikator	4,13	3,99	4,18	4,51	4,35	4,32	4,19	3,95	3,91	3,88
Rata-rata	4,20				4,29			3,91		
Interpretasi	Kepedulian lingkungan tinggi				Sikap sangat baik			Norma subjektif kuat		
Komponen	Persepsi Kontrol Perilaku/PBC (X4)					Minat Berwisata/VI (Y)				
Variabel	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
Indikator	4,23	4,19	4,24	4,11	4,13	4,19	4,15	4,04	3,94	
Rata-rata	4,18					4,08				
Interpretasi	Persepsi kontrol perilaku yang kuat					Minat berwisata kuat				

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

Tabel 3. Nilai AVE (*Average Variances Extracted*) Variabel.

Komponen	X1	X2	X3	X4	Y
AVE	0,482 ^{*)}	0,703	0,782	0,583	0,663

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

*) walaupun $< 0,5$ diperbolehkan (Butarbutar, 2015).

Tabel 4. Hasil Loading Factor dan Signifikansi Konstruk Variabel.

Variabel	Indikator	Nilai Loading Factor	P value	Keterangan
X1	X1.2	0,724	<0,001	Memenuhi convergent validity
	X1.3	0,694	<0,001	
	X1.4	0,745	<0,001	
	X1.5	0,604	<0,001	
X2	X2.1	0,867	<0,001	Memenuhi convergent validity
	X2.2	0,842	<0,001	
	X2.3	0,806	<0,001	
X3	X3.1	0,888	<0,001	Memenuhi convergent validity
	X3.2	0,894	<0,001	
	X3.3	0,872	<0,001	
X4	X4.1	0,633	<0,001	Memenuhi convergent validity
	X4.2	0,802	<0,001	
	X4.3	0,798	<0,001	
	X4.4	0,778	<0,001	
	X4.5	0,794	<0,001	
Y	Y.1	0,822	<0,001	Memenuhi convergent validity
	Y.2	0,818	<0,001	
	Y.3	0,843	<0,001	
	Y4	0,773	<0,001	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

Adapun perincian pengujian convergent validity menggunakan *loading factor* dijelaskan pada Tabel 4. Dalam hal ini, semua variabel di dua lokasi riset memenuhi kriteria *convergent validity*, yaitu >0,3 dan/atau signifikan.

b. Discriminant Validity

Validitas diskriminan (*discriminant validity*) dapat dibuktikan menggunakan dua cara. Pertama adalah dengan membandingkan antara *loading factor* dan *crossloading factor*. Jika nilai *loading* suatu indikator

lebih besar daripada nilai *crossloading*, indikator bersangkutan memenuhi validitas diskriminan (cara ini untuk menyatakan validitas indikator). Kedua, cara untuk menyatakan validitas diskriminan kuesioner adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVEs (sq. rts. of AVEs) dengan koefisien korelasi. Jika akar kuadrat AVEs lebih besar daripada koefisien korelasi dengan variabel lainnya, kuesioner dinyatakan valid diskriminan. Hasil analisis *discriminant validity* menurut cara pertama dapat dilihat pada Tabel 5, sedangkan cara kedua dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 5. Hasil Loading and Cross Loading Antarkonstruk.

Variabel Indikator	X1	X2	X3	X4	Y	Tipe (as defined)	SE	P Value
X1.2	0,724	-0,125	0,100	-0,028	-0,048	Reflektif	0,037	<0,001
X1.3	0,694	-0,142	0,124	-0,113	0,045	Reflektif	0,037	<0,001
X1.4	0,745	0,028	-0,003	0,013	0,012	Reflektif	0,037	<0,001
X1.5	0,604	0,278	-0,259	0,148	-0,008	Reflektif	0,037	<0,001
X2.1	-0,013	0,867	-0,031	0,135	-0,117	Reflektif	0,036	<0,001
X2.2	-0,032	0,842	-0,084	0,007	-0,011	Reflektif	0,036	<0,001
X2.3	-0,048	0,806	0,122	-0,152	0,138	Reflektif	0,037	<0,001
X3.1	0,027	-0,010	0,888	-0,035	-0,027	Reflektif	0,036	<0,001
X3.2	-0,030	-0,065	0,894	0,025	0,026	Reflektif	0,036	<0,001
X3.3	0,003	0,077	0,872	0,009	0,000	Reflektif	0,036	<0,001
X4.1	0,029	-0,007	-0,110	0,633	-0,307	Reflektif	0,037	<0,001
X4.2	-0,016	0,097	-0,075	0,802	0,058	Reflektif	0,037	<0,001

Lanjutan Tabel 5.

Variabel Indikator	X1	X2	X3	X4	Y	Tipe (as defined)	SE	P Value
X4.3	-0,000	-0,061	-0,081	0,798	0,048	Reflektif	0,037	<0,001
X4.4	-0,004	0,028	0,152	0,778	0,019	Reflektif	0,037	<0,001
X4.5	-0,003	-0,059	0,096	0,794	0,119	Reflektif	0,037	<0,001
Y.1	-0,004	0,058	-0,088	-0,023	0,822	Reflektif	0,036	<0,001
Y.2	-0,006	0,068	0,006	0,071	0,818	Reflektif	0,037	<0,001
Y.3	-0,005	0,029	0,048	-0,064	0,843	Reflektif	0,036	<0,001
Y4	0,016	-0,166	0,019	0,019	0,773	Reflektif	0,037	<0,001

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa kriteria *discriminant validity* cara pertama, yaitu nilai *loading factor* setiap indikator (cetak tebal di dalam kurung pada setiap baris) lebih besar dari nilai *crossloading* pada masing-masing baris yang sama, sehingga indikator yang bersangkutan memenuhi validitas diskriminan atau validitas indikator (indikator dinyatakan valid). Contohnya adalah pada baris kedua di Tabel 6 (CMC). Pada contoh itu diketahui bahwa indikator X1.2 memiliki nilai *loading factor* sebesar (0,724) > dari *crossloading* yang bernilai -0,125, 0,100, -0,028, -0,048. Baris ketiga (indikator X1.3) hingga baris terakhir (indikator Y) juga memenuhi kriteria validitas indikator.

Berikutnya, pengukuran *discriminant validity* menggunakan cara kedua, yaitu dengan melihat nilai bahwa akar kuadrat AVEs pada setiap kolom pada Tabel 6 bernilai lebih besar dari koefisien korelasi dengan variabel lainnya pada setiap kolom juga.

Berdasarkan Tabel 6 dapat disimpulkan bahwa akar kuadrat AVEs pada setiap kolom bernilai lebih besar dari koefisien korelasi dengan variabel lainnya pada setiap kolom juga, sehingga kuesioner penelitian ini dinyatakan valid diskriminan. Pada Tabel 6 juga

memenuhi kriteria *discriminant validity* menggunakan cara kedua tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa keseluruhan kriteria validitas diskriminan pada penelitian ini terpenuhi. Kuesioner dan indikator dinyatakan valid dan menghasilkan data yang valid sehingga hasil analisis datanya dapat dipertanggungjawabkan dan dapat digunakan untuk memprediksi perilaku minat berkunjung ekowisatawan bahari milenial berkepedulian lingkungan di CMC Tiga Warna.

Pengukuran Reliabilitas: *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Pengujian *composite reliability* merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat ukuran data tersebut reliabel pada instrument penelitian. *Output* yang digunakan untuk mengetahui reliabilitas suatu kuesioner dan data yaitu dengan *composite reliability* dan *cronbach's alpha*, dimana *composite reliability* harus bernilai di atas 0,70; dan *cronbach's alpha* harus bernilai di atas 0,60 sebagai syarat reliabilitas (Solimun et al., 2017). Nilai dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha* pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7 dan keduanya memenuhi.

Tabel 6. Hasil Nilai Akar Kuadrat AVEs (sq. rts. of AVEs).

	X1	X2	X3	X4	Y
X1	(0,694)	0,042	0,302	0,341	0,373
X2	0,402	(0,839)	0,552	0,587	0,614
X3	0,302	0,552	(0,884)	0,545	0,618
X4	0,341	0,587	0,545	(0,764)	0,710
Y	0,373	0,614	0,618	0,710	(0,814)

Catatan: Akar kuadrat dari AVEs ditampilkan pada diagonal (cetak tebal, dalam kurung).

Sumber: Data Primer Diolah, (2022).

Tabel 7. Hasil *Laten Variabel Coefficient*.

	X1	X2	X3	X4	Y1	Keterangan
<i>Composite Reliability</i>	0,787	0,877	0,915	0,874	0,887	Memenuhi
<i>Cronbach's Alpha</i>	0,636	0,789	0,861	0,819	0,830	Memenuhi

Sumber: Data Primer Diolah, (2022).

Tabel 7 menunjukkan bahwa *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang baik dari tiap-tiap konstruk variabel X1, X2, X3, X4 dan Y. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tiap-tiap konstruk variabel memiliki nilai reliabilitas yang tinggi. Hal ini dapat dilihat nilai dari seluruh nilai *composite reliability* lebih besar daripada 0,70; dan *cronbach's alpha* pada tiap-tiap konstruk variabel juga lebih besar daripada 0,60.

Uji Inner Model

Setelah dilakukan pengujian evaluasi model pengukuran (*outer model*) yang dalam hal ini *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *cronbach's alpha* telah memenuhi syarat. Tahap selanjutnya yang dilakukan adalah evaluasi model struktural (*inner model*) yang meliputi uji kecocokan model (*model fit*) dan R².

Uji kecocokan model (*model fit*) digunakan untuk mengetahui model yang digunakan memiliki kecocokan dengan data tersebut. Pada uji kecocokan model (*model fit*) terdapat 10 indeks pengujian (Solimun *et al.*, 2017). Hasil *Output model fit indices* pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8.

Berdasarkan hasil pengujian *model fit and quality indices* sebagaimana pada Tabel 8, dapat diketahui bahwa semua kriteria terpenuhi sehingga

model yang dihasilkan dari WarpPLS 6.0 layak dipergunakan untuk memprediksi perilaku minat berkunjung ekowisatawan bahari milenial berkepedulian lingkungan di CMC Tiga Warna.

Model struktural dalam WarpPLS 6.0 dievaluasi dengan menggunakan R² untuk variabel mediasi dan variabel dependen. Dari hasil nilai R² yang dapat dilihat pada Tabel 9, diketahui bahwa nilai R² dari X2 adalah sebesar 0,163 yang berarti variabel kepedulian lingkungan (X1) memiliki kemampuan untuk menjelaskan (*explanatory power*) variasi perubahan sikap (X2) sebesar 0,163 atau 16,3%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang belum ada dalam model penelitian. Demikian juga bahwa nilai R² dari X3 dan X4 adalah sebesar 0,094 dan 0,118 secara berurutan. Dalam hal ini, variabel kepedulian lingkungan (X1) memiliki kemampuan untuk menjelaskan (*explanatory power*) variasi perubahan Norma Subjektif (X3) sebesar 9,4% dan Persepsi Kontrol Perilaku (X4) sebesar 11,8%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang belum ada dalam model penelitian. Terakhir, R² dari Y sebesar 0,609. Artinya, variabel kepedulian lingkungan (X1) memiliki kemampuan untuk menjelaskan (*explanatory power*) variasi perubahan minat berwisata (Y) sebesar 60,9%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang belum ada dalam model penelitian.

Tabel 8. Model Fit and Quality Indices.

No.	Model Fit and Quality Indices	Hasil	Kriteria	Keterangan
1.	Average Path Coefficient (APC)	0,285, P<0,001	P-value<0,001	Memenuhi, diterima
2.	Average R-square (ARS)	0,246, P<0,001	P-value<0,001	Memenuhi, diterima
3.	Average Adjusted R-square (AARS)	0,244, P<0,001	P-value<0,001	Memenuhi, diterima
4.	Average Blok VIF (AVIF)	1,633	Acceptable if ≤ 5, Ideally ≤ 3,3	Ideal, diterima
5.	Average full collinearity VIF (AFVIF)	1,943	Acceptable if ≤ 5, Ideally ≤ 3,3	Ideal, diterima
6.	Tenenhaus GoF (GoF)	0,398	Small ≥ 0,1 Medium ≥ 0,25; Large ≥ 0,36	Besar, diterima
7.	Sympson's paradox rasio (SPR)	1,000	Acceptable if ≥ 0,7, ideally = 1	Ideal, diterima
8.	R-squared contribution rasio (RSCR)	1,000	Acceptable if ≥ 0,9, ideally = 1	Ideal, diterima
9.	Statistical suppression rasio (SSR)	1,000	Acceptable if ≥ 0,7	Diterima
10.	Nonlinear bivariate causality direction rasio (NLBCDR)	1,000	Acceptable if ≥ 0,7	Diterima

Sumber: Data Primer Diolah, (2022).

Tabel 9. R2 Model Riset di CMC Tiga Warna.

No	Variabel	Hasil R ²	Intepretasi	Keterangan
1.	Sikap (X2)	0,163	Lemah, mendekati 0,19	R ² < 0,19
2.	Norma subjektif (X3)	0,094	Lemah	R ² < 0,19
3.	Persepsi kontrol perilaku (X4)	0,118	Lemah	R ² < 0,19
4.	Minat berwisata (Y)	0,609	Moderat	0,19 < R ² < 0,69

Sumber: Data Primer Diolah, (2022).

Profil Variabel Penelitian di Ekowisata Pesisir CMC Tiga Warna

Profil variabel menyajikan informasi gabungan identifikasi atas indikator penting dari setiap variabel penelitian berdasarkan nilai muatan faktor (*loading factor*) dan kondisi empiris suatu variabel (menggunakan nilai rata-rata skor). Nilai muatan faktor suatu indikator yang makin besar menunjukkan bahwa indikator tersebut makin kuat mencerminkan suatu variabel atau merupakan indikator penting (Solimun *et al.*, 2017). Dengan demikian, indikator suatu variabel yang bermuatan faktor terbesar mencerminkan indikator tersebutlah yang terpenting atau terkuat dalam mencerminkan (membentuk) suatu variabel tersebut. Solimun *et al.* (2017) juga menjelaskan bahwa nilai rata-rata skor jawaban tiap item/indikator menunjukkan kondisi empiris suatu variabel yang dapat digunakan sebagai informasi penjelas derajat baik buruknya suatu variabel.

Ringkasan profil variabel penelitian ini disajikan pada Tabel 10.

Berdasarkan Tabel 10 pada variabel kepedulian lingkungan (X1), diketahui bahwa indikator X1.4 (alam sensitif dan mudah terganggu) memiliki nilai muatan faktor yang terbesar (0,745) sehingga ini merupakan faktor terpenting dalam membentuk variabel kepedulian lingkungan. Jadi, pengunjung memiliki kepedulian lingkungan terbukti dengan memiliki persepsi bahwa keseimbangan alam sangat sensitif dan mudah terganggu. Adapun kondisi empiris kepedulian lingkungan responden diwakili oleh indikator dengan skor rata-rata terbesar (4,51), yaitu adanya keprihatinan atas kondisi alam di Malang Selatan (X1.5). Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kepedulian lingkungan terhadap destinasi ekowisata yang akan dikunjungi. Secara umum, rata-rata skor indikator pada variabel X1 ini sebesar 4,2, yaitu responden memiliki kepedulian lingkungan yang tinggi.

Tabel 10. Ringkasan Profil Variabel Penelitian.

Variabel	Indikator dan Kodenya	Muatan Faktor	Rata-Rata Skor dan Interpretasi
Kepedulian lingkungan (X1) Chaudari & Bisai (2018)	X1.2	Kecenderungan menyalahgunakan lingkungan	0,724 4,13
	X1.3	Pemanfaatan alam sering menimbulkan dampak negatif	0,694 3,99
	X1.4	Alam sensitive dan mudah terganggu	0,745 4,18
	X1.5	Keprihatinan kondisi lingkungan di Malang Selatan sehingga berupaya ramah lingkungan	0,604 4,51
Sikap (X2) Ajzen (1991); Sun & Wang (2019)	X2.1	Berwisata ke CMC itu ide yang bagus	0,867 4,35
	X2.2	Berwisata ke CMC itu menyenangkan	0,842 4,32
	X2.3	Berwisata ke CMC sebaga salah satu keinginan	0,806 4,19
Norma subjektif (X3) Sreen et al. (2018)	X3.1	Pilihan ke CMC sesuai yang difikirkan orang dekat	0,888 3,95
	X3.2	Pilihan ke CMC sesuai yang diinginkan orang dekat	0,894 3,91
	X3.3	Pilihan ke CMC sesuai yang diharapkan orang dekat	0,872 3,88
Persepsi kontrol perilaku (X4) Ajzen (1991); Yadav & Pathak (2017)	X4.1	Kontrol berwisata ke CMC tergantung diri sendiri	0,633 4,23
	X4.2	Diri sendiri yakin mampu berwisata ke CMC	0,802 4,19
	X4.3	Diri sendiri yakin mau berwisata ke CMC	0,798 4,24
	X4.4	Diri sendiri yakin akan berwisata ke CMC	0,778 4,11
	X4.5	Diri sendiri mau dan punya sumber daya, waktu, dan peluang berwisata ke CMC	0,794 4,13
Minat Berwisata (Y) Yadav & Pathak (2016)	Y.1	Kesedian memilih CMC untuk destinasi wisata	0,822 4,19
	Y.2	Perencanaan berwisata ke CMC	0,818 4,15
	Y.3	Akan berusaha untuk berwisata ke CMC	0,843 4,04
	Y4	Perencanaan alokasi waktu lebih utuk berwisata ke CMC daripada lainnya	0,773 3,94

Sumber: Data Primer Diolah, (2022).

Berdasarkan variabel sikap (X2), diketahui bahwa indikator X2.1 (berwisata ke CMC Tiga Warna itu ide yang bagus) memiliki nilai muatan faktor yang terbesar (0,867) sehingga ini merupakan faktor terpenting dalam membentuk variabel sikap. Jadi, pengunjung mempersepsikan bahwa berwisata ke CMC Tiga Warna itu ide yang bagus. Adapun kondisi empiris sikap responden juga diwakili oleh indikator dengan skor rata-rata terbesar (4,35), yaitu berwisata ke CMC Tiga Warna itu ide yang bagus (X2.1). Hal ini menunjukkan bahwa secara empiris bersikap positif terhadap ide berwisata ke CMC Tiga Warna. Secara umum, rata-rata skor indikator pada variabel X2 ini sebesar 4,29 (sikap sangat baik), yaitu responden menilai bahwa rata-rata pengunjung bersikap bahwa ide berwisata ke CMC Tiga Warna itu ide yang sangat baik, menyenangkan, dan bagian dari keinginan pengunjung.

Berdasarkan variabel norma subjektif (X3), diketahui bahwa indikator X3.2 (Pilihan ke CMC sesuai yang diinginkan orang yang memiliki kedekatan) memiliki nilai muatan faktor yang terbesar (0,867) sehingga ini merupakan faktor terpenting dalam membentuk variabel norma subjektif. Jadi, pengunjung mempersepsikan bahwa orang yang memiliki kedekatan ingin pengunjung memilih CMC sebagai destinasi wisata. Adapun kondisi empiris norma subjektif menurut responden diwakili oleh indikator dengan skor rata-rata terbesar (3,95), yaitu pilihan ke CMC sesuai dengan yang dipikirkan orang yang memiliki kedekatan (X3.1). Hal ini menunjukkan bahwa orang yang memiliki kedekatan dengan responden ternyata memikirkan pilihan destinasi ekowisata yang sama, yaitu CMC Tiga Warna. Secara umum, rata-rata skor indikator pada variabel X3 ini sebesar 3,91 (norma subjektif yang kuat), yaitu responden menilai pilihan berwisata ke CMC telah sesuai dengan yang dipikirkan, diinginkan, dan diharapkan orang-orang terdekatnya.

Berdasarkan variabel persepsi kontrol perilaku (X4), diketahui bahwa indikator X4.2 (diri sendiri yakin mampu berwisata ke CMC) memiliki nilai muatan faktor yang terbesar (0,802) sehingga ini merupakan faktor terpenting dalam membentuk variabel persepsi kontrol perilaku. Jadi, pengunjung mempersepsikan bahwa diri sendiri yakin mampu berwisata ke CMC sebagai destinasi wisata. Adapun kondisi empiris norma subjektif menurut responden diwakili oleh indikator dengan skor rata-rata terbesar (4,23) yaitu kontrol berwisata ke CMC tergantung diri sendiri (X4.1). Hal ini menunjukkan bahwa pengontrol utama minat

berkunjung ke CMC Tiga Warna adalah pribadinya masing-masing. Secara umum, rata-rata skor indikator pada variabel X4 ini sebesar 4,18 (persepsi kontrol perilaku yang kuat), yaitu kontrol berwisata ke CMC tergantung diri sendiri, dan adanya kemauan, kemampuan, kepemilikan sumber daya, waktu, dan peluang sehingga yakin akan berwisata ke CMC.

Berdasarkan variabel minat berwisata (Y), diketahui bahwa indikator Y.3 (akan berusaha untuk berwisata ke CMC) memiliki nilai muatan faktor yang terbesar (0,843) sehingga ini merupakan faktor terpenting dalam membentuk variabel minat berwisata. Jadi, pengunjung mempersepsikan bahwa adanya upaya untuk berwisata itu mencerminkan adanya minat berwisata. Adapun kondisi empiris minat berwisata menurut responden diwakili oleh indikator dengan skor rata-rata terbesar (4,19), yaitu kesediaan memilih CMC sebagai destinasi ekowisata (Y.1). Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kesediaan yang kuat (tinggi) untuk berwisata. Secara umum rata-rata skor indikator pada variabel Y ini sebesar 4,08 (kuat/tingginya minat berwisata), yaitu responden memiliki minat berkunjung yang tinggi (kuat) ke ekowisata CMC.

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Terdapat dua kelompok hipotesis pengaruh antarvariabel, yaitu (a) pengaruh langsung kepedulian lingkungan terhadap minat berkunjung dan (b) peran efektivitas tiga variabel konstruk TPB (sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku) sebagai mediasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat berkunjung.

Hipotesis penelitian ini telah diuji menggunakan data empiris yang dikumpulkan dari 628 responden. Pengujian terhadap hipotesis bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh langsung (*direct effect*) antara dua variabel, pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) untuk mengevaluasi kemampuan variabel mediasi dalam memediasi hubungan variabel independen dan variabel dependennya dalam model penelitian. Hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini telah diuji dengan melihat nilai *p-value* dengan tingkat alfa 5%. Hasilnya bahwa semua hipotesis diterima, kecuali H7. Uji hipotesis ditunjukkan pada nilai koefisien jalur yang menggambarkan efek langsung dan tidak langsung disajikan pada Tabel 11, serta ditunjukkan pula nilai *alpha/p-value* (tingkat signifikansinya). Hasil pengujian hipotesis penelitian ini dirangkum dalam Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Pengujian Hipotesis.

Hipotesis	Jalur	β Coefficient	p-value	Hubungan
H1	ATT —————> VI	0,188	<0,001***	Diterima
H2	SN —————> VI	0,245	<0,001***	Diterima
H3	PBC —————> VI	0,443	<0,001***	Diterima
H4	EC —————> ATT	0,403	<0,001***	Diterima
H5	EC —————> SN	0,306	<0,001***	Diterima
H6	EC —————> PBC	0,344	<0,001***	Diterima
H7	EC —————> VI	0,063	0,056ns	Ditolak
H8	EC -> ATT, NS, PBC -> VI	0,303	<0,001***	Diterima

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

Keterangan:

EC : Kepedulian lingkungan

ATT : Sikap

SN : Norma subjektif

PBC : Persepsi kontrol perilaku

VI : Minat berwisata

***: Koefisien signifikan pada tingkat 0,05 yang dalam hal ini H1-H6: Hubungan langsung; H8: Hubungan tak langsung

ns: Koefisien tidak signifikan pada tingkat 0,05 yang dalam hal ini H7 sebagai hubungan langsung

Koefisien jalur (β) memiliki dua makna, yaitu arah hubungan dan besarnya hubungan antarvariabel. Arah hubungan antarvariabel dikatakan searah jika koefisien jalur (β) bernilai positif dan sebaliknya. Pada penelitian ini, semua koefisien jalur bernilai positif. Adapun besarnya pengaruh antarvariabel ditunjukkan dari nilai koefisien jalur (β). Makin besar nilai koefisien jalur, makin besar pula pengaruh antarvariabel tersebut, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung (Tabel 11, Tabel 12, dan Gambar 2), serta pengaruh totalnya pun telah diketahui (Tabel 11 dan Tabel 12).

Berikut ini adalah interpretasi hasil pengujian hipotesis, yaitu hubungan antarvariabel berdasarkan tanda koefisien jalur dan *p-value*.

H1: Pengaruh sikap terhadap minat berwisata: ($\beta = 0,188$; *p-value* = <0,001)

Pengaruh sikap terhadap minat berwisata dapat dilihat dari nilai koefisien jalur (*path coefficient*) yang menunjukkan angka sebesar 0,188 dan *p-value* yang nilainya lebih kecil daripada 5% (<0,001) sehingga dapat dikatakan bahwa sikap memiliki pengaruh terhadap minat berwisata secara positif dan signifikan. Artinya, pada setiap peningkatan satu level sikap (misalkan dari baik ke sangat baik), terjadi peningkatan sebesar 0,188 pada minat berwisata. Oleh karena itu, H1 diterima karena sikap memiliki pengaruh signifikan positif terhadap minat berwisata.

H2: Pengaruh norma subjektif terhadap minat berwisata: ($\beta = 0,245$; *p-value* = <0,001)

Pengaruh norma subjektif terhadap minat berwisata dapat dilihat dari nilai koefisien jalur yang menunjukkan angka sebesar 0,245 dan *p-value* yang nilainya lebih kecil daripada 5% (<0,001) sehingga dapat dikatakan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh terhadap minat berwisata secara positif dan signifikan. Artinya, pada setiap peningkatan satu level norma subjektif (misalkan dari kuat ke sangat kuat), terjadi peningkatan minat berwisata sebesar 0,245. Oleh karena itu, H2 diterima karena norma subjektif memiliki pengaruh signifikan positif terhadap minat berwisata.

H3: Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat berwisata: ($\beta = 0,443$; *p-value* = <0,001)

Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat berwisata dapat dilihat dari nilai koefisien jalur sebesar 0,443 dan *p-value* lebih kecil daripada 5% (<0,001) sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh terhadap minat berwisata secara positif dan signifikan. Artinya, pada setiap peningkatan satu level persepsi kontrol perilaku (misalkan dari kuat ke sangat kuat), terjadi peningkatan minat berwisata sebesar 0,443. Oleh karena itu, H3 diterima karena persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan positif terhadap minat berwisata.

H4: Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap sikap: ($\beta = 0,403$; *p-value* = <0,001)

Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap sikap dapat terlihat pada nilai koefisien jalur, yaitu 0,403 dan *p-value* pada tingkat 5% (<0,001),

sehingga dapat dikatakan bahwa kepedulian lingkungan memiliki pengaruh terhadap sikap secara positif dan signifikan. Artinya, pada setiap peningkatan satu level kepedulian lingkungan (misalkan dari tinggi ke sangat tinggi), terjadi peningkatan sikap sebesar 0,403. Oleh karena itu, H4 diterima karena kepedulian lingkungan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap sikap.

H5: Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap norma subjektif: ($\beta = 0,306$; $p\text{-value} = <0,001$)

Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap norma subjektif dapat dicermati pada nilai koefisien jalur, yaitu 0,306 dan $p\text{-value}$ sebesar $<0,001$ atau di bawah 5%, sehingga kepedulian lingkungan memiliki pengaruh terhadap norma subjektif secara positif dan signifikan. Artinya, pada setiap peningkatan satu level kepedulian lingkungan (misalkan dari tinggi ke sangat tinggi), terjadi peningkatan norma subjektif sebesar 0,306. Oleh karena itu, H5 diterima karena kepedulian lingkungan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap norma subjektif.

H6: Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap persepsi kontrol perilaku: ($\beta = 0,344$; $p\text{-value} = <0,001$)

Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap persepsi kontrol perilaku dilihat pada nilai koefisien jalur, yaitu 0,344 dan $p\text{-value}$ di bawah 5% ($<0,001$), sehingga kepedulian lingkungan memiliki pengaruh terhadap persepsi kontrol perilaku secara positif dan signifikan. Artinya, pada setiap peningkatan satu level kepedulian lingkungan (misalkan dari tinggi ke sangat tinggi), terjadi peningkatan persepsi kontrol perilaku sebesar 0,344. Oleh karena itu, H6 diterima karena kepedulian lingkungan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap persepsi kontrol perilaku.

H7: Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat berwisata: ($\beta = 0,063$; $p\text{-value} = 0,056$)

Hubungan secara langsung antara kepedulian lingkungan terhadap minat berwisata dapat dilihat pada nilai $p\text{-value}$ pada tingkat kepercayaan 5% ($p\text{-value} = 0,056$) atau melebihi 5% sehingga dapat dikatakan bahwa kepedulian lingkungan berpengaruh secara tidak nyata terhadap minat berwisata. Oleh karena itu, H7 ditolak.

H8: Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat berwisata melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku: ($\beta = 0,303$; $p\text{-value} = <0,001$)

Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat berwisata yang dimediasi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku dapat dilihat pada nilai koefisien jalur hubungan tidak langsung, yaitu 0,303 dan $p\text{-value}$ di bawah 5% ($<0,001$), sehingga kepedulian lingkungan memiliki pengaruh terhadap minat berwisata karena adanya peran mutlak mediasi tiga variabel konstruk TPB, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku secara positif dan signifikan. Dikatakan mediasi mutlak (lengkap) karena untuk meningkatkan minat berwisata melalui jalur pengaruh langsung (H7) tidak terbukti adanya pengaruh nyata sehingga pengaruh tidak langsung melalui mediasi yang signifikan inilah menyebabkan satu-satunya jalur untuk meningkatkan minat berwisata di kalangan generasi milenial yang berkepedulian lingkungan. Positifnya koefisien jalur tidak langsung (0,303) bermakna bahwa pada setiap peningkatan satu level kepedulian lingkungan (misalkan dari tinggi ke sangat tinggi), asalkan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku juga eksis pada pengunjung/calon pengunjung, akan terjadi peningkatan minat berwisata sebesar 0,303. Oleh karena itu, H8 diterima karena peran ketiga konstruk TPB (sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku) bersifat efektif dan lengkap (*complete mediation*) dalam memediasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat berwisata secara positif dan nyata.

Selanjutnya, berdasarkan nilai pengaruh total (*total effect*) diperoleh prioritas efektivitas pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat berwisata, baik dari pengaruh langsung, tidak langsung, maupun total pengaruhnya (Tabel 12).

Berdasarkan Tabel 12 dapat dijelaskan bahwa prioritas efektivitas total pengaruh variabel kepedulian lingkungan terhadap minat berwisata ke CMC, baik pengaruh secara langsung maupun dimediasi oleh tiga variabel konstruk TPB, dapat disampaikan prioritas sebagai berikut.

- Pertama, hubungan langsung PBC ke VI (total efek: 0,443 dan signifikan pada 0,01)
- Kedua, hubungan tak langsung EC ke VI dimediasi tiga variabel konstruk TPB (total efek: 0,367 dan signifikan pada 0,01)
- Ketiga, hubungan langsung SN ke VI (total efek: 0,245 dan signifikan pada 0,01)
- Terakhir, hubungan langsung ATT ke VI (total efek: 0,188 dan signifikan pada 0,01)

Tabel 12. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak langsung, dan Prioritas Efektivitas Pengaruh Antarvariabel.

Jenis Variabel			Jenis Pengaruh			Prioritas Efektivitas Pengaruh	
			Direct Effect (DE)	Indirect Effect (IE)	Total Effect (TE)	All path to VI (DE & IE)	DE to VI
P	M	R	β (p-value)	β (p-value)	β (p-value)		
ATT	-	VI	0,188 (<0,001)***	-	0,188 (<0,001)***	4	3
SN	-	VI	0,245 (<0,001)***	-	0,245 (<0,001)***	3	2
PBC	-	VI	0,443 (<0,001)***	-	0,443 (<0,001)***	1	1
EC	ATT	VI	-	0,303 (<0,001)***	0,367 (<0,001)***	2	-
	SN		-				
	PBC		-				
	-		0,063 (0,056) ^{ns}	-	-		
EC	-	ATT	0,403 (<0,001)***	-	0,403 (<0,001)***	-	-
EC	-	SN	0,306 (<0,001)***	-	0,306 (<0,001)***	-	-
EC	-	PBC	0,344 (<0,001)***	-	0,344 (<0,001)***	-	-

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

Keterangan:

EC : Kepedulian lingkungan

ATT : Sikap

SN : Norma subjektif

PBC : Persepsi kontrol perilaku

VI : Minat berwisata

P : penjelas (prediktor), M: mediasi, dan R: respons

*** : signifikan pada alpha 0,01, sedangkan ^{ns} : tidak signifikan.

Temuan tersebut berbeda dengan yang dihasilkan oleh Verma & Chandra (2018) bahwa sikap justru sebagai variabel yang paling efektif (prioritas pertama) dalam menentukan minat kunjungan ke *green hotel*, sedangkan persepsi kontrol perilaku menduduki peringkat kelima dalam menentukan minat kunjungan tersebut. Hal ini berarti bahwa temuan ini menjadi perluasan penelitian oleh Verma & Chandra (2018) yang dalam hal ini bukan sikap, tetapi persepsi kontrol perilaku (PBC) menduduki peringkat pertama dalam menentukan minat berkunjung ke ekowisata pesisir oleh kaum milenial. Temuan penelitian oleh Chaudhary & Bisai (2018), yaitu bahwa PBC sebagai prediktor utama minat pembelian produk hijau, pada penelitian ini diperluas penerapannya, yaitu bahwa PBC sebagai prediktor utama terhadap minat berwisata ke ekowisata pesisir.

PBC pada penelitian ini terbukti sebagai prediktor terkuat atas VI (memperluas penelitian Chaudhary & Bisai [2018] pada pembelian *green product*), disusul pengaruh tak langsung EC ke VI dengan dimediasi tiga variabel konstruk TPB, disusul pengaruh langsung prediktor SN dan ATT. Sebaliknya, EC justru terbukti tidak ada pengaruh yang nyata terhadap VI seperti pada penelitian Chaudhary & Bisai (2018). Secara praktis, strategi pemasaran yang dapat diusulkan berdasarkan perilaku minat berwisata generasi milenial ke CMC utamanya adalah dengan

meningkatkan persepsi kontrol perilaku sebagai prediktor utama minat berwisata, disusul dengan peningkatan norma subjektif maupun sikap. Terlebih karena peran tiga konstruk TPB ini sangat vital atau mutlak dalam memperantarai (memediasi) hubungan antara peningkatan kepedulian lingkungan terhadap peningkatan minat berwisata ke CMC Tiga Warna.

PERAN KEPEDULIAN LINGKUNGAN GENERASI MILENIAL DALAM MENENTUKAN MINAT BERKUNJUNG

Dari Tabel 11, terlihat bahwa variabel konstruk TPB berupa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku ditemukan secara positif dan signifikan secara langsung menentukan besarnya minat berwisata pada tingkat kepercayaan 0,01 sebagaimana temuan peneliti lainnya (Ahmad et al., 2020; Verma & Chandra, 2018; Wang et al., 2018; Chen & Tung, 2014). Adapun hubungan langsung kepedulian lingkungan terhadap minat berwisata pada hipotesis 7 terbukti tidak signifikan sebagaimana pada penelitian Chaudhary & Bisai (2018) pada minat pembelian produk hijau (*green product*). Menurut ketentuan penyimpulan oleh Solimun et al. (2017), dengan adanya temuan ini, justru menegaskan bahwa hasil penelitian Wang et al. (2018) dan Chaudhary & Bisai (2018) tetap berlaku dan ditemukan konsep baru bahwa kepedulian lingkungan tidak memengaruhi minat berkunjung

secara langsung ke ekowisata pesisir. Hal tersebut harus dimediasi konstruk TPB. Artinya, generasi milenial sebagai pengunjung/calon pengunjung yang memiliki kepedulian lingkungan hanya akan berminat untuk berkunjung ke ekowisata pesisir CMC Tiga Warna jika disertai dengan adanya sikap mendukung berwisata, norma subjektif pengaruh orang terdekatnya, dan persepsi kontrol perilaku, misalnya berupa kemauan dan kemampuan berwisata pada dirinya. Temuan ini dikatakan sebagai konsep baru di ekowisata pesisir karena di penelitian sebelumnya oleh Wang *et al.* (2018) ditemukan bahwa kepedulian lingkungan terbukti signifikan dan secara langsung memengaruhi minat berkunjung ke *green hotel*.

Sementara itu, variabel kepedulian lingkungan berperan menentukan besarnya ketiga variabel konstruk TPB berupa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku secara positif dan signifikan pada tingkat 0,01. Adapun hubungan tidak langsung pada penelitian ini antara kepedulian lingkungan dan minat berwisata yang dimediasi oleh ketiga konstruk TPB di lokasi riset CMC juga terbukti positif dan signifikan pada tingkat 0,01. Temuan ini memperluas hasil penelitian oleh Wang *et al.* (2018) mengenai sikap dapat secara langsung (Abidin *et al.*, 2022; Ahmad *et al.*, 2020) ataupun memediasi pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat kunjungan ke *green hotel* dan destinasi wisata yang ramah lingkungan.

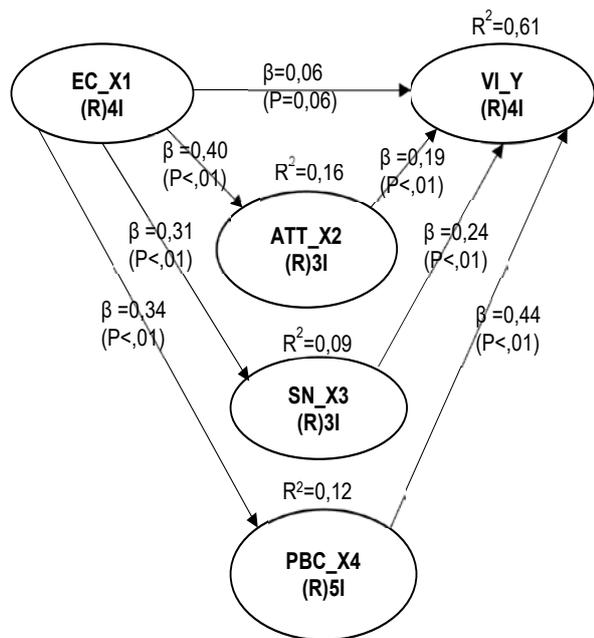
Peran Konstruk TPB (*Theory of Planned Behavior*) dalam Memediasi Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), tiga anteseden niat berperilaku adalah sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada perluasan TPB dan penelitian terdahulu. Perluasan TPB yang dimaksud dilakukan dengan menguji peran variabel kepedulian lingkungan pada kasus minat berwisata kaum milenial ke ekowisata pesisir CMC Tiga Warna. Dalam hal ini, dilakukan pengujian efektivitas peran mediasi tersebut dibandingkan hubungan langsung antara kepedulian lingkungan dan minat berwisata. Setelah menguji peran ATT, SN, dan PBC sebagai variabel mediasi pengaruh antara kepedulian lingkungan dan minat berwisata, didapatkan temuan bahwa peran mediasi tiga konstruk TPB terbukti efektif sebagai variabel mediasi terhadap minat berwisata. Temuan ini mendukung dan memperluas hasil penelitian Verma & Chandra (2018) bahwa konstruk TPB juga efektif dalam memediasi pengaruh

kesadaran lingkungan terhadap minat berkunjung ke *green hotel* yang dalam penelitian ini diperluas pada ekowisata pesisir. Hipotesis yang telah disusun pada riset ini diuji dengan memanfaatkan nilai *p-value* tingkat alfa 5%. Data empiris yang dikumpulkan berasal dari 628 responden ekowisata pesisir di CMC Tiga Warna. Hasil menunjukkan bahwa uji validitas dan reliabilitas memenuhi semua kriteria dan mendukung empat hipotesis dalam model persamaan struktural. Temuan model minat berwisata generasi milenial berkepedulian lingkungan di lokasi riset CMC dapat dikatakan bermanfaat dan dapat diterapkan atau memberikan kontribusi implikasi, baik manajerial (praktis) maupun teoritis.

Analisis data penelitian ini menemukan bukti empiris tentang peran variabel konstruk TPB bersifat sebagai mediasi lengkap (*complete*) karena hubungan langsung kepedulian lingkungan terhadap minat berwisata juga tidak signifikan sebagaimana penelitian Chaudhary & Bisai (2018) pada minat pembelian *green product* yang dalam penelitian ini diperluas penerapannya pada ekowisata pesisir. PBC atau persepsi kontrol perilaku pada penelitian ini berupa kontrol berwisata ke CMC tergantung diri sendiri serta adanya kemauan, kemampuan, kepemilikan sumber daya, waktu, dan peluang sehingga yakin akan berwisata ke CMC. Responden menilai pilihan berwisata ke CMC telah sesuai dengan yang dipikirkan, diinginkan, dan diharapkan orang-orang terdekat. Adapun ATT/sikap pengunjung CMC meliputi ide berwisata ke CMC itu ide yang sangat baik, menyenangkan, dan bagian dari keinginannya. Responden memiliki kepedulian lingkungan (EC) yang tinggi (baik) yang ditunjukkan oleh adanya persepsi bahwa manusia cenderung menyalahgunakan lingkungan, pemanfaatan alam sering berdampak negatif, keseimbangan alam sangat sensitif dan mudah terganggu, dan responden juga prihatin dengan kondisi alam pesisir di Malang Selatan sehingga berupaya ramah lingkungan. Adapun model hasil penelitian dijelaskan pada Gambar 2.

Model struktural yang dihasilkan pada penelitian ini (Gambar 2) telah lolos uji model fit atau semua kriteria terpenuhi (Tabel 8), artinya model yang digunakan memiliki kecocokan dengan data yang digunakan sehingga model yang dihasilkan dari WarpPLS 6.0 layak dipergunakan untuk memprediksi perilaku minat berkunjung ekowisatawan bahari milenial berkepedulian lingkungan di CMC Tiga Warna. Selain itu, model tersebut juga lolos uji R^2 (Tabel 9) untuk variabel mediasi dan variabel dependen.



Gambar 2. Model Hasil Penelitian Minat Berkunjung ke Ekowisata Pesisir CMC Tiga Warna.

Dari hasil nilai R^2 yang dapat dilihat pada Tabel 9, diketahui bahwa nilai R^2 dari X2 sebesar 0,163; X3 sebesar 0,094; dan X4 sebesar 0,118 berurutan yang berarti variabel kepedulian lingkungan (X1) memiliki kemampuan untuk menjelaskan (*explanatory power*) variasi perubahan sikap (X2), norma subjektif (X3), dan persepsi kontrol perilaku (X4) sebesar 16,3%; 9,4%; 11,8% (atau model X2, X3, dan X4 berkategori lemah), sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang belum ada dalam model penelitian. Adapun model minat berwisata yang dihasilkan dari penelitian ini berkategori moderat karena nilai R^2 bernilai 0,609. Artinya, variabel kepedulian lingkungan (X1) memiliki kemampuan untuk menjelaskan (*explanatory power*) variasi perubahan minat berwisata (Y) sebesar 60,9%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang belum ada dalam model penelitian. Penelitian Wang et al. (2018) dengan model minat kunjungan ke *green hotel* memiliki R^2 sebesar 68%, sedikit lebih tinggi daripada R^2 penelitian ini, tetapi modelnya sama-sama memiliki kemampuan moderat dalam menjelaskan minat kunjungan. Padahal, model Wang et al. (2018) menambahkan satu variabel berupa persepsi efektivitas pelanggan di samping variabel kepedulian lingkungan. Penelitian lainnya oleh Chen & Tung (2014) dilakukan dengan model penelitian yang sama. Namun, pada minat berkunjung ke *green hotel*, tidak disebutkan berapa persen kemampuan model dalam menjelaskan minat kunjungan. Se jauh ini, model penelitian ini masih yang cukup efektif dalam memprediksi minat berwisata ke ekowisata pesisir dengan kemampuan *explanatory power* variasi perubahan minat berwisata sebesar

60,9% oleh variabel kepedulian lingkungan dan dimediasi oleh konstruk TPB.

PBC sebagai prediktor terbaik terhadap minat berkunjung ke CMC Tiga Warna terdiri atas kontrol berwisata ada pada diri sendiri, adanya kemauan, kemampuan, kepemilikan sumber daya, waktu, dan peluang sehingga yakin akan berwisata. Kemampuan berwisata masyarakat pascapandemic Covid-19 mulai membaik walaupun belum sepenuhnya pulih. Hal ini terlihat dari mulai meningkatnya kunjungan wisata di Indonesia, termasuk di CMC Tiga Warna Kabupaten Malang. Biaya tiket wisata masih terjangkau, tetapi untuk keseluruhan biaya wisata mulai dari transportasi, makanan, akomodasi, dan lain-lain, kemampuan ekonomi masyarakat belum pulih sepenuhnya pada era kenormalan baru (*new normal*). Menurut Pratiwi (2022, 24 Februari), kondisi perekonomian Indonesia saat ini terus membaik. Perekonomian Indonesia tumbuh 3,69 persen pada 2021 (PDB) jika dibandingkan dengan tahun 2020 yang sempat turun akibat pandemi Covid-19. Struktur ekonomi Indonesia tersebut didominasi oleh beberapa provinsi di Pulau Jawa dan pesatnya peningkatan pada kinerja ekonomi.

Dengan demikian, temuan penelitian ini memiliki kontribusi empiris berupa penyediaan tambahan bukti empiris penerapan kepedulian lingkungan (*environmental concern/EC*) sebagai perluasan TPB. Dalam hal ini, posisi EC sebagai penentu minat berwisata kaum milenial ke ekowisata pesisir dimediasi oleh konstruk TPB berupa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Temuan penelitian ini memperkuat dan mengembangkan model penelitian minat berkunjung ke ekowisata pesisir yang dilakukan oleh Abidin et al. (2022) dan model penelitian minat berkunjung ke destinasi wisata yang ramah lingkungan oleh Ahmad et al. (2020). Temuan penelitian ini juga memperluas penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chaudhary & Bisai (2018) terkait kepedulian lingkungan kaum milenial yang menentukan niat pembelian produk ramah lingkungan. Adapun penelitian ini mengambil objek penelitian ekowisata pesisir sehingga temuan penelitian ini dikatakan memperluas penerapan penelitian terdahulu oleh Chaudhary & Bisai (2018) dan Sun & Wang (2019), yaitu diperluas penerapannya pada objek penelitian berupa ekowisata pesisir di salah satu negara berkembang, yaitu Indonesia. Di samping itu, temuan penelitian ini juga memperluas penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen & Tung (2014), Wang et al. (2018), dan Verma & Chandra (2018) terkait kepedulian lingkungan yang menentukan niat pemesanan *green hotel* serta

penelitian oleh Yadav & Pathak (2016), Sun & Wang (2019), dan Sreen *et al.* (2018) terkait kepedulian lingkungan yang menentukan niat pembelian *green product* oleh kaum millennial.

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran konstruk TPB berupa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku bersifat mutlak (sangat penting) dalam memediasi pengaruh kepedulian lingkungan generasi milenial terhadap minat berkunjung ke ekowisata pesisir. Jika tanpa adanya sikap yang baik (kuat) untuk mendukung kunjungan wisata, tanpa adanya pengaruh orang dekat yang kuat, dan tanpa ada kuatnya kemauan, kemampuan, kepemilikan sumber daya, waktu, peluang, dan keyakinan untuk berwisata, responden tidak akan berminat berwisata ke CMC Tiga Warna. Untuk itulah diperlukan penerapan strategi pemasaran berdasarkan perilaku minat berwisata generasi milenial, yaitu dengan meningkatkan persepsi kontrol perilaku (misalnya kemauan dan kemampuan berwisata) sebagai prediktor (*predictor*) utama minat berwisata, disusul dengan peningkatan norma subjektif (misalnya agar orang terdekat mendorong berwisata) dan sikap (mendukung berwisata). Strategi pemasaran secara daring (*online*) yang dapat meningkatkan adanya sikap yang baik, dorongan orang terdekat yang kuat, serta kuatnya kemauan berwisata dapat ditempuh dengan mengefektifkan peran media sosial yang digemari kaum milenial, misalnya Instagram, Tiktok, dan Twitter sebagai media promosi ekowisata pesisir CMC Tiga Warna. Melalui media sosial resmi CMC Tiga Warna, pengelola dapat membentuk persepsi pengunjung atas CMC sebagai pilihan yang cocok untuk salah satu destinasi ekowisata pilihannya. Melalui media sosial ini, pemengaruh (*influencer*) memberi pengaruh kepada pengikutnya (*followers*) di media sosial, khususnya terhadap orang-orang terdekat kaum milenial, juga kepada keluarganya, teman, dan sahabat. Mereka menjadi penting untuk diprospek karena kaum milenial yang banyak membisikkan pikiran, keinginan, dan harapan untuk tujuan wisatanya juga. Selain itu, karena alam itu sensitif dan mudah terganggu, untuk mengembangkan ekowisata, CMC Tiga Warna perlu terus-menerus menjaga konsistensi gerakan konservasi dan edukasi lingkungan. Hal itu dipublikasikan, misalnya, di Instagram CMC agar dapat makin membangkitkan kepedulian lingkungan kaum milenial yang dalam penelitian ini terbukti dapat menentukan minat berkunjung ke CMC Tiga Warna walaupun dengan bantuan mediasi sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada Universitas Brawijaya melalui LPPM yang telah mempercayakan tim peneliti melakukan penelitian dengan skema Hibah Penelitian Unggulan Tahun 2022.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

Dengan ini kami menyatakan bahwa tiap-tiap penulis berkontribusi terhadap pembuatan karya tulis ini. Zainal Abidin berkontribusi sebagai kontributor utama dan korespondensi. Sementara itu, Nuddin Harahab, A.W. Muhaimin, dan M.O.Z. Prabowo berkontribusi sebagai kontributor anggota. Penulis menyatakan bahwa telah melampirkan surat pernyataan kontribusi penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Setiawan, B., Muhaimin, A.W., & Shinta, A. (2021). The role of coastal biodiversity conservation on sustainability and environmental awareness in mangrove ecosystem of Southern Malang, Indonesia. *Biodiversitas*, 22(2). <https://doi.org/10.13057/biodiv/d220217>.
- Abidin, Z., Handayani, W., Zaky, E.A., & Faturrahman, A.D. (2022). Perceived risk and attitude's mediating role between tourism knowledge and visit intention during the COVID-19 pandemic: Implementation for coastal-ecotourism management. *Heliyon*, e10724. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10724>.
- Ahmad, W., Gon, W., Anwer, Z., & Zhuang, W. (2020). Schwartz personal values, theory of planned behavior and environmental consciousness: How tourists' visiting intentions towards eco-friendly destinations are shaped? *Journal of Business Research*, 110(November 2018), 228–236. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.040>.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behavior (2nd edition)*. Open University Press-McGraw Hill Education.
- Al Mamun, A., Mohamad, M.R., Yaacob, M.R. Bin, & Mohiuddin, M. (2018). Intention and behavior towards green consumption among low-income households. *Journal of Environmental Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.08.061>
- B. DiPietro, R., Cao, Y., & Partlow, C. (2013). Green practices in upscale foodservice operations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/ijchm-may-2012-0082>.

- Butarbutar, D. J. A. (2015). Analisis kualitas dan kepuasan pengguna terhadap keinginan mengunjungi kembali web pada situs web Kapanlagi.Com. *Universitas Widyatama*, 12.
- Chaudhary, R., & Bisai, S. (2018). Factors influencing green purchase behavior of millennials in India. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 29(5), 798–812. <https://doi.org/10.1108/MEQ-02-2018-0023>.
- Chen, M. F., & Tung, P.J. (2014). Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>.
- Choi, D., & Johnson, K.K.P. (2019). Influences of environmental and hedonic motivations on intention to purchase green products: An extension of the theory of planned behavior. *Sustainable Production and Consumption*. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.02.001>.
- Corral, C.M. (2003). Sustainable production and consumption systems - Cooperation for change: Assessing and simulating the willingness of the firm to adopt/develop cleaner technologies. The case of the in-Bond industry in Northern Mexico. *Journal of Cleaner Production*, 11(4), 411–426. [https://doi.org/10.1016/S0959-6526\(02\)00063-X](https://doi.org/10.1016/S0959-6526(02)00063-X).
- Freire da Silva, P.A. (2014). *Green chemistry, green engineering and eco-innovation towards a more sustainable petrochemical industry: Determinants of Brazilian companies' engagement in GCE-based eco-innovation processes*. 484.
- Haines, R., Street, M.D., & Haines, D. (2008). The influence of perceived importance of an ethical issue on moral judgment, moral obligation, and moral intent. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 387–399. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9502-5>.
- Han, H., Hsu, L.T. (Jane), & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>.
- Handriana, T., & Ambara, R. (2016). Responsible environmental behavior intention of travelers on ecotourism sites. *Tourism and Hospitality Management*, 22(2), 135–150. <https://doi.org/10.20867/thm.22.2.4>.
- Hartmann, P., & Apaolaza-Ibáñez, V. (2012). Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands: The roles of psychological benefits and environmental concern. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.11.001>.
- Hsu, C.L., Chang, C.Y., & Yansritakul, C. (2017). Exploring purchase intention of green skincare products using the theory of planned behavior: Testing the moderating effects of country of origin and price sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.006>.
- Iskandar, A., & Saragih, R. (2018). The influence of attitude toward the behavior, subjective norms, and perceived behavioral control on whistleblowing intention and. *Journal of Finance and Accounting*, 9(18), 1–5.
- Kim, Y.J., Njite, D., & Hancer, M. (2013). Anticipated emotion in consumers' intentions to select eco-friendly restaurants: Augmenting the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.04.004>.
- Klein, F., Emberger-Klein, A., Menrad, K., Möhring, W., & Blesin, J.M. (2019). Influencing factors for the purchase intention of consumers choosing bioplastic products in Germany. *Sustainable Production and Consumption*. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.01.004>.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Kushwah, S., Dhir, A., & Sagar, M. (2019). Ethical consumption intentions and choice behavior towards organic food. Moderation role of buying and environmental concerns. *Journal of Cleaner Production*, 236, 117519. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.350>.
- Lestari, P., & Trihadiningrum, Y. (2019). The impact of improper solid waste management to plastic pollution in Indonesian coast and marine environment. In *Marine Pollution Bulletin*. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2019.110505>.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.006>.
- Pratiwi, Y. R. (2022, 24 Pebruari). Pemulihan perekonomian indonesia setelah kontraksi akibat pandemi Covid-19. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-banjarmasin/baca-artikel/14769/Pemulihan-Perekonomian-Indonesia-Setelah-Kontraksi-Akibat-Pandemi-Covid-19.html>
- Sarabia-Andreu, F., & Sarabia-Sánchez, F.J. (2018). Do implicit and explicit attitudes explain organic wine purchase intention?: An attitudinal segmentation approach. *International Journal of Wine Business Research*. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-09-2017-0063>.
- Schniederjans, D.G., & Starkey, C.M. (2014). Intention and willingness to pay for green freight transportation: An empirical examination. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2014.05.024>.
- Setyadi, I.A., Hartoyo, Maulana, A., & Muntasib, E.K.H. (2012). Strategi pengembangan ekowisata di

- Taman Nasional Sebangau Kalimantan Tengah. In *Jurnal Manajemen & Agribisnis: Vol. Vol. 9* (Issue 1, pp. 1–12). <https://doi.org/DOI:10.1016/j.commatsci.2005.01.004>.
- Sheppard, B.H., Hartwick, J., & Warshaw, P.R. (1988). The theory of reasoned action: a meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of Consumer Research*, 15(3), 325. <https://doi.org/10.1086/209170>.
- Solimun, Fernandes, R., Nurjannah, Ahmad, A., & Nurjannah. (2017). *Metode statistika multivariat: Permodelan persamaan structural (sem) pendekatan WarpPLS*. UB Press.
- Sreen, N., Purbey, S., & Sadarangani, P. (2018). Impact of culture, behavior and gender on green purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 177–189.
- Sun, Y., & Wang, S. (2019). Understanding consumers' intentions to purchase green products in the social media marketing context. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(4), 860–878. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2019-0178>.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Rineka Cipta.
- Verma, V. K., & Chandra, B. (2018). An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers' green hotel visit intention. *Journal of Cleaner Production*, 172(3), 1152–1162. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.047>.
- Wang, J., Wang, S., Wang, Y., Li, J., & Zhao, D. (2018). Extending the theory of planned behavior to understand consumers' intentions to visit green hotels in the Chinese context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(8), 2810–2825. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2017-0223>.
- Werner, P. (2004). Reasoned action and planned behavior. In S.J. Peterson and T.S. Bredow (eds), *Middle range theories: Application to Nursing Research*, Lippincott Williams and Wilkins.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2016). Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.120>.
- Yadav, R., & Pathak, G. S. (2017). Determinants of consumers' green purchase behavior in a developing nation: Applying and extending the theory of planned behavior. *Ecological Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2016.12.019>.
- YBAS. (2020). *Profil ekowisata CMC Tiga Warna, Kabupaten Malang*.