

## Intensi Masyarakat terhadap Pariwisata Berkelanjutan

Redo Nugroho<sup>1</sup>, Ixora Lundia Suwaryono<sup>2</sup><sup>1,2</sup>Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia[nugrohoredo@gmail.com](mailto:nugrohoredo@gmail.com)

### Abstract

This article aims to identify factors that influence tourists' intention to visit sustainable tourism destinations in Penglipuran Tourism Village. This research uses the theory of planned behavior which is expanded by adding moral reflectiveness variables. The research method used is quantitative with a purposive sampling technique, where data were collected through questionnaires distributed via Google Forms to 144 respondents. Data analysis was conducted with partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0. The results showed that subjective norm, perceived behaviour control, and moral reflectiveness variables positively influence the intention to visit sustainable tourism in Penglipuran Village. In contrast, the attitude variable does not affect the intention to visit sustainable tourism in Penglipuran Tourism Village. The implication of this research is expected to provide information for tourism managers and the government to increase visits to Penglipuran Tourism Village through promotion through influencers, improving facilities, and education about sustainable tourism.

Keywords: Penglipuran Tourism Village, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control, Moral Reflectiveness, Sustainable Tourism Intention.

### Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat wisatawan mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Penglipuran. Penelitian ini menggunakan *theory of planned behavior* yang diperluas dengan menambahkan variabel *moral reflectiveness*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan via Google Form kepada 144 responden. Analisis data dilakukan dengan *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *subjective norm*, *perceived behavior control*, dan *moral reflectiveness* berpengaruh positif terhadap intensi untuk mengunjungi pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Penglipuran. Sebaliknya, variabel *attitude* tidak berpengaruh terhadap intensi tersebut intensi untuk mengunjungi pariwisata berkelanjutan di Desa Penglipuran. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pengelola pariwisata dan pemerintah untuk meningkatkan kunjungan ke Desa Wisata Penglipuran melalui promosi melalui *influencer*, peningkatan fasilitas, dan edukasi tentang pariwisata berkelanjutan.

Kata kunci: Desa Wisata Penglipuran, Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control, Moral Reflectiveness, Sustainable Tourism Intention.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



### 1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu kontributor ekonomi yang berperan cukup signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) global. Pada tahun 2023, kontribusi sektor perjalanan dan pariwisata terhadap PDB global diperkirakan akan mencapai sekitar 9,5 triliun dolar AS pada tahun 2023 (lima persen di bawah tingkat sebelum pandemi) [1]. Sebagai salah satu penyumbang PDB global terbesar, industri di sektor perjalanan dan pariwisata berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja sebesar 295 juta orang. Sedangkan untuk Indonesia, total kontribusi sektor pariwisata pada tahun 2022 sebesar Rp 705,18 triliun atau 3,6 persen dari PDB Indonesia tahun 2022 [2].

Di balik dampak positifnya, pariwisata juga dapat membawa dampak negatif, terutama terhadap lingkungan [3]. Pertumbuhan pariwisata yang tidak terencana dan tidak terkendali dapat berakibat fatal bagi lingkungan dan masyarakat, yang pada akhirnya dapat membahayakan sektor pariwisata itu sendiri [4]. Perkembangan pariwisata seringkali menimbulkan dampak negatif karena konsep awalnya yang mengarah kepada *mass tourism*. *Mass tourism* adalah ditandai dengan banyaknya orang yang bepergian secara bersamaan ke tujuan yang sama [5]. Dampak dari penerapan *mass tourism* diantaranya seperti penurunan sumber daya alam, polusi lingkungan, pengalihan lahan produktif, eksplorasi sosial-budaya, dan peningkatan kriminalitas [6].

Pengembangan pariwisata di dunia saat ini semakin memperhatikan aspek keberlanjutan dalam pelestarian warisan budaya dan lingkungan alam [7]. Pembangunan berkelanjutan bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara stabilitas ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam jangka panjang yang mana hal ini dapat dicapai dengan mengintegrasikan dan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut dalam setiap pengambilan keputusan [8]. World Tourism Organization (WTO) mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai pariwisata yang mempertimbangkan secara menyeluruh dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan baik saat ini maupun di masa mendatang, yang memenuhi kebutuhan wisatawan, industri, lingkungan, dan masyarakat local [9].

Salah satu destinasi wisata yang telah menerapkan konsep *sustainable tourism* yaitu desa wisata Penglipuran. Desa Penglipuran terletak di Kabupaten Bangli, Bali. Desa tersebut telah masuk kedalam salah satu desa unggulan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Desa seluas 112 hektar ini menganut gagasan pariwisata berkelanjutan yang mempertimbangkan pengaruh lingkungan, sosial, budaya, dan ekonomi saat ini dan dimasa depan [10]. Desa Penglipuran menjadi contoh ideal bagaimana pariwisata dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi semua pihak. Desa ini menjadi inspirasi bagi desa-desa lainnya di Indonesia untuk menerapkan *sustainable tourism* dalam rangka mewujudkan pariwisata yang bertanggung jawab dan ramah lingkungan [11].

Desa Penglipuran adalah contoh model desa tradisional dengan tatanan khas dalam struktur desa, yang menampilkan lingkungan yang hijau, bersih, dan nyaman [12]. Tata ruang unik Penglipuran sangat berhubungan pada pola masyarakat yang berkaitan dengan identitas sosial. Masyarakat Penglipuran ingin menunjukkan diri bahwa mereka adalah desa tradisional yang masih bertahan di antara desa lain yang telah memudar identitasnya. Salah satu aturan adat yang masih diterapkan adalah larangan semua jenis kendaraan bermotor dan sepeda untuk melintas di jalan utama desa, yang dikhususkan untuk pejalan kaki. Pola hunian tradisional inilah yang menjadi daya tarik wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Berikut adalah beberapa prestasi yang telah di raih oleh desa penglipuran diantaranya Desa Penglipuran dinobatkan sebagai Desa Wisata Terbaik Dunia 2023 oleh UNWTO. Prestasi tersebut menjadi pengakuan internasional atas kualitas pariwisata yang berbasis budaya dan mengutamakan kelestarian lingkungan.

Desa Penglipuran masuk ke dalam 100 besar Destinasi Berkelanjutan versi Global Green Destinations Days (GGDD) karena dianggap bisa mempertahankan sisi tradisional dan kelestarian lingkungannya. Desa Penglipuran mendapat penghargaan ISTA (Indonesia Sustainable Tourism Award) 2017 dengan peringkat terbaik untuk kategori pelestarian budaya.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Desa Wisata Penglipuran

| Tahun | Jumlah Kunjungan |
|-------|------------------|
| 2018  | 241.233          |
| 2019  | 262.401          |
| 2020  | 34.841           |
| 2021  | 146.709          |
| 2022  | 608.000          |
| 2023  | 960.000          |

Berdasarkan data Tabel 1, jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Penglipuran mengalami tren peningkatan yang signifikan selama periode 2018-2023. Pada tahun 2018, tercatat sebanyak 241.233 wisatawan yang berkunjung. Angka ini kemudian meningkat menjadi 262.401 pada tahun 2019. Pada tahun 2020, terjadi penurunan drastis akibat pandemi Covid-19. Kunjungan wisatawan hanya mencapai 34.841 orang. Namun, sejak tahun 2021, jumlah kunjungan wisatawan kembali menunjukkan tren positif. Pada tahun 2021, tercatat sebanyak 146.709 wisatawan yang berkunjung. Angka ini kemudian melonjak pesat menjadi 608.000 pada tahun 2022. Pada tahun 2023, tren positif ini terus berlanjut. Hingga Desember 2023, tercatat sebanyak 960.000 wisatawan yang berkunjung.

Proses pengambilan keputusan yang mengarah pada pemilihan tujuan wisata adalah proses yang sangat kompleks [13]. Untuk menyelidiki proses ini, penelitian ini menerapkan model *theory of planned behavior* (TPB) sebagai kerangka kerja penelitian untuk memprediksi niat perilaku dalam memilih tujuan wisata. TPB sendiri terdiri dari tiga konstruk utama: *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control* [14]. TPB pertama kali diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen tahun 1975 dan dianggap sebagai perluasan dari *theory of reasoned action* (TRA) dengan mempertimbangkan masalah kehendak dan elemen-elemen kontrol yang terkait dalam memprediksi niat perilaku manusia dan perilaku actual [15]. Namun, adanya konstruk tambahan dapat meningkatkan kekuatan prediksi TPB [16].

TPB telah digunakan sebagai teori utama dalam beberapa penelitian tentang penelitian pariwisata [17]. Penelitian terbaru menemukan bahwa *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, *travel motivation*, dan *moral reflectiveness* mempengaruhi intensi wisatawan Vietnam untuk memilih pariwisata berkelanjutan [18]. Sedangkan penelitian lain dari menemukan bahwa *environmental attitude*, *motivation*, *destination image*, *word of mouth*, *perceived service quality* mempengaruhi intensi untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan di Penang, Malaysia [19].

Saat ini, penelitian mengenai hal-hal yang mempengaruhi intensi perilaku wisatawan untuk memilih destinasi wisata berkelanjutan masih terbatas [20], terutama dengan lokus di Indonesia. Selain itu, peneliti telah menetapkan desa wisata penglipuran sebagai destinasi pariwisata yang menjadi objek dalam penelitian ini. Pertimbangan peneliti untuk memilih desa wisata tersebut dikarenakan desa penglipuran telah memiliki beberapa capaian yang baik sebagai

destinasi pariwisata berkelanjutan [21]. Oleh karena itu, peneliti mencoba mempelajari masalah ini untuk mengatasi kekurangan pengetahuan tentang hal-hal yang mempengaruhi intensi perilaku wisatawan untuk memilih destinasi wisata berkelanjutan di Indonesia khususnya pada desa wisata penglipuran menggunakan TPB dan tambahan konstruk *travel motivation* dan *moral reflectiveness*.

TPB adalah teori psikologis yang menjelaskan fenomena psikologis dari niat berperilaku manusia [22]. Paradigma dasar TPB adalah bahwa orang cenderung melakukan suatu jenis perilaku tertentu jika mereka percaya bahwa perilaku tersebut akan mengarah pada hasil tertentu yang mereka hargai; bahwa orang yang mereka anggap penting akan menghargai dan menyetujui perilaku tersebut; dan bahwa mereka memiliki sumber daya, kemampuan, dan kesempatan yang diperlukan untuk melakukan perilaku tersebut [23]. TPB dianggap merupakan alat yang tepat dalam memprediksi intensi dari suatu perilaku manusia [24]. TPB telah diadopsi secara luas dalam penelitian pemasaran pariwisata yang memprediksi niat dan perilaku manusia, seperti *travel decision*, *sustainable tourism*, dan *ecotourism* [25]. TPB sendiri terdiri dari tiga komponen yang mempengaruhi intensi perilaku diantaranya *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control*.

*Attitude* adalah tingkat dimana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap perilaku yang bersangkutan. *Attitude* adalah predisposisi, yang diciptakan oleh pembelajaran dan pengalaman, untuk merespons dengan cara yang konsisten terhadap suatu objek, seperti produk [26]. Kecenderungan ini bisa menguntungkan atau tidak menguntungkan. Dalam konteks pariwisata, sikap adalah kecenderungan atau perasaan terhadap suatu tujuan liburan atau layanan, berdasarkan beberapa atribut produk yang dirasakan [27]. Kemudian, *subjective norm* dapat dipahami sebagai pengaruh dari orang lain tentang apakah akan melakukan tindakan tertentu [28]. Tekanan sosial yang dirasakan individu menentukan apakah mereka akan terlibat atau menghindari perilaku tertentu [29]. Demikian pula, wisatawan dapat terlibat dalam perilaku perjalanan tertentu jika mereka merasa bahwa referensi mereka akan mendukung mereka untuk melakukannya [30]. Norma mungkin memiliki dampak yang signifikan terhadap niat untuk berpartisipasi dalam perilaku pro lingkungan. Selanjutnya, *perceived behavior control* pada dasarnya adalah didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku [31].

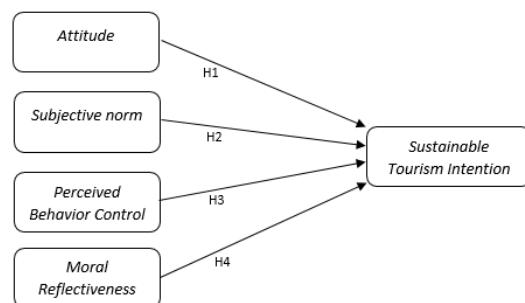
Ketika individu memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi terhadap kemampuan mereka untuk menyelesaikan sesuatu, mereka lebih cenderung untuk terlibat dalam tugas-tugas tersebut [32]. *Perceived behavior control* menunjukkan bahwa kemampuan kontrol memainkan peran penting dalam kemungkinan seseorang untuk mencapai perilaku yang diinginkan [33]. Niat untuk melakukan suatu perilaku sangat

dipengaruhi oleh faktor-faktor *Perceived behavior control* seperti kemampuan, waktu, dan sarana [34].

H1: *Attitude* berpengaruh positif terhadap intensi untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan di Desa Penglipuran. H2: *Subjective norm* berpengaruh positif terhadap intensi untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan di Desa Penglipuran. H3: *Perceived behavior control* berpengaruh positif terhadap intensi untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan di Desa Penglipuran.

*Moral reflectiveness* adalah faktor motivasional dari perilaku ramah lingkungan, karena moralitas yang khas memicu kepedulian dan komitmen individu terhadap masalah lingkungan [35]. *Moral reflectiveness* menunjukkan perbedaan individu dalam refleksi moral yang terlibat dalam aktivitas sehari-hari, yang dapat bervariasi dari waktu ke waktu [36]. Persepsi tentang benar dan salah adalah faktor penentu dalam melakukan tindakan etis. Hubungan positif *Moral reflectiveness* dengan perilaku etis telah dikonfirmasi secara empiris, menunjukkan bahwa orang yang mempertimbangkan etika dalam keputusan mereka cenderung terlibat dalam perilaku prososial. *Moral reflectiveness* sangat penting untuk perilaku pro lingkungan karena moralitas pribadi mendorong komitmen terhadap masalah lingkungan [37].

Etika memotivasi individu untuk berpikir melampaui kepentingan diri sendiri, mempertimbangkan planet, generasi mendatang, dan lingkungan yang bersih. Integrasi etika ke dalam model TPB telah efektif dalam berbagai konteks, menyoroti peran norma moral dalam membentuk tindakan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Baru-baru ini, variabel lain, seperti *moral reflectiveness*, telah ditambahkan ke TPB untuk memprediksi perilaku manusia khususnya terkait pariwisata. H4: *Moral reflectiveness* berpengaruh positif terhadap intensi untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan di Desa Penglipuran.



Gambar 1. Kerangka Teori

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengambilan sejumlah sampel dari suatu populasi guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensi untuk mengunjungi destinasi wisata berkelanjutan pada Desa Wisata Penglipuran. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling*, yang merupakan teknik pengumpulan data di mana

individu atau kelompok dipilih secara sengaja sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang relevan untuk kebutuhan penelitian. Kriteria pemilihan sampel yang dipilih yaitu individu yang telah berumur minimal 17 tahun dan belum pernah melakukan perjalanan ke Desa Wisata Penglipuran, Bali.

Item-item pertanyaan dalam kuesioner ini diadaptasi dari penelitian objek dalam penelitian ini yaitu destinasi pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata. Kuesioner terdiri dari enam bagian utama. Bagian pertama berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai profil responden, seperti jenis kelamin, usia, domisili, latar belakang pendidikan, tingkat pendapatan, dan lain-lain. lima bagian berikutnya dikembangkan untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavior control*, *moral reflectiveness*, dan *sustainable tourism intention* di Desa Wisata Penglipuran. Dari lima bagian tersebut, terdapat 17 item pertanyaan utama yang menggambarkan konstruk-konstruk tersebut. Penelitian ini menggunakan skala *likert* lima poin yaitu 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Berdasarkan item pertanyaan kuesioner, maka jumlah minimum responden yang diperlukan yaitu sebesar 85 sampel. Untuk mendapatkan gambaran populasi diperlukan lima kali dari jumlah item pertanyaan kuesioner.

Selanjutnya, untuk mengevaluasi keandalan dan validitas kuesioner, peneliti melakukan pretest terhadap item-item kuesioner yang telah diterjemahkan

dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia dan juga dilakukan beberapa penyesuaian. *Pretest* dilakukan kepada 30 responden, adanya *pre-test* memungkinkan peneliti untuk mengetahui kekurangan kuesioner sebelum disebarluaskan secara luas kepada responden. Setelah dilakukan *pretest* melalui uji validitas dan reliabilitas, peneliti selanjutnya menyebarkan kuesioner ini secara daring melalui *google form* dan disebarluaskan keberbagai media sosial seperti *whatsapp*, *facebook*, *telegram*, dan lain-lain. Peneliti mendapatkan total sebanyak 156 responden namun hanya 144 responden yang telah memenuhi kriteria dan dapat dilakukan analisis. Pengambilan sampel dilakukan selama periode Juli – Agustus 2024.

Studi ini menggunakan metode PLS-SEM untuk mengevaluasi hubungan antara variabel yang diukur dan variabel laten. PLS-SEM dianggap sebagai kombinasi unik dari analisis faktor dan analisis regresi berganda, yang merupakan dasar dari SEM, dan tidak memerlukan asumsi normalitas terkait distribusi data, menjadikannya pilihan yang tepat untuk penelitian ini. PLS-SEM terdiri dari dua model, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Model pengukuran dilakukan untuk menganalisis hubungan antara variabel laten dan indikatornya. Model struktural digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel laten independen dan dependen yang ada.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Profil demografi responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Profil Demografi Responden

| Variabel                   | Kategori                  | Frekuensi | Percentase |
|----------------------------|---------------------------|-----------|------------|
| Jenis Kelamin              | Laki-laki                 | 63        | 43,75%     |
|                            | Perempuan                 | 81        | 56,25%     |
|                            | 18-28                     | 103       | 71,53%     |
| Usia                       | 29-38                     | 36        | 25,00%     |
|                            | 39-48                     | 3         | 2,08%      |
|                            | >48                       | 2         | 1,39%      |
| Domasili                   | Banten                    | 7         | 4,86%      |
|                            | DKI Jakarta               | 41        | 28,47%     |
|                            | Jawa Barat                | 36        | 25,00%     |
| Pendidikan Terakhir        | Jawa Tengah               | 28        | 19,44%     |
|                            | Jawa Timur                | 10        | 6,94%      |
|                            | Lampung                   | 9         | 6,25%      |
| Pekerjaan                  | Domisili lain             | 13        | 11,11%     |
|                            | SMA                       | 43        | 29,86%     |
|                            | Diploma                   | 4         | 2,78%      |
| Pendapatan Per Bulan       | S1                        | 88        | 61,11%     |
|                            | S2                        | 8         | 5,56%      |
|                            | S3                        | 1         | 0,69%      |
| Frekuensi kunjungan wisata | Mahasiswa                 | 44        | 30,56%     |
|                            | Pegawai Swasta            | 49        | 34,03%     |
|                            | Pegawai Negeri Sipil      | 21        | 14,58%     |
|                            | Wirausaha                 | 14        | 9,72%      |
|                            | Lain-lain                 | 16        | 11,11%     |
|                            | < Rp1.000.000             | 40        | 27,78%     |
|                            | Rp1.000.001 – Rp3.000.000 | 23        | 15,97%     |
|                            | Rp3.000.001 – Rp5.000.000 | 36        | 25,00%     |
|                            | Rp5.000.001 – Rp7.000.000 | 16        | 11,11%     |
|                            | > Rp7.000.000             | 29        | 20,14%     |
|                            | 1-2 Kali/tahun            | 62        | 43,06%     |
|                            | 3-4 Kali/tahun            | 63        | 43,75%     |
|                            | Lebih dari 5 Kali/tahun   | 19        | 13,19%     |

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 144 responden, penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 18-28 tahun sebanyak 71,53% atau 103

orang. Jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki, dimana perempuan berjumlah 56,25% atau 81 orang,

sedangkan laki-laki berjumlah 43,75% atau 63 orang. Tingkat pendidikan tertinggi dari responden dalam penelitian ini adalah sarjana (S1), yaitu sebesar 61,11% atau setara dengan 88 orang. Dari sisi pendapatan rata-rata per bulan, mayoritas responden masuk dalam kategori < Rp.1.000.000 yaitu sebesar 27,78% atau 40 orang, selanjutnya disusul dengan kategori pendapatan Rp3.000.001 – Rp5.000.000 yaitu sebesar 25% atau 36 orang. Dari sisi pendapatan perbulan, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pegawai swasta dengan jumlah sebesar 34,03% atau 49 orang, selanjutnya disusul kategori mahasiswa dengan jumlah sebesar 30,56% atau 44 orang. Sedangkan dari sisi frekuensi kunjungan wisata, mayoritas responden dalam penelitian masuk kedalam kategori 3-4 kali/tahun dalam melakukan kegiatan pariwisata yaitu sebesar 43,75% atau 63 orang, selanjutnya disusul dengan kategori 1-2 kali/tahun dalam melakukan kunjungan pariwisata dengan angka sebesar 43,06% atau 62 orang.

Peneliti menggunakan SPSS untuk menganalisis descriptive statistik yang terdiri dari *mean* dan *standard deviation*. Variabel attitude memiliki rata-rata nilai sebesar 4,37, dengan ATT1, ATT2, dan ATT4 masing-masing memiliki mean 4,40, 4,43, dan 4,30. Standar deviasi (SD) untuk ketiga item ini berkisar antara 0,629 hingga 0,776, menunjukkan sikap yang sangat positif dan konsisten di antara responden terhadap pariwisata berkelanjutan. Untuk variabel *subjective norm*, nilai rata-rata sebesar 3,94, dengan SN1, SN2, dan SN3 masing-masing memiliki mean 3,91, 3,95, dan 3,97. SD berkisar antara 0,971 hingga 1,040, menunjukkan bahwa *subjective norm* yang dirasakan cukup positif, meskipun ada sedikit variasi dalam persepsi responden. *perceived behavior control* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,94, dengan PBC3, PBC4, dan PBC5 masing-masing memiliki mean 3,97, 3,90, dan 3,96. SD sedikit lebih tinggi, berkisar antara 1,060 hingga 1,092, menunjukkan bahwa responden merasa memiliki kontrol yang cukup baik, meskipun terdapat variasi dalam persepsi mereka. Variabel *moral reflectiveness* menunjukkan nilai rata-rata yang tinggi yaitu sebesar 4,27 dengan MR1, MR2, MR4, dan MR5 masing-masing memiliki mean 4,24, 4,28, 4,29, dan 4,38. SD yang relatif rendah, berkisar antara 0,737 hingga 0,866, menunjukkan refleksi moral yang kuat dan konsisten di kalangan responden mengenai pariwisata berkelanjutan. Terakhir, variabel *sustainable tourism intention* memiliki rata-rata nilai sebesar 4,10, dengan STI1, STI2, STI3, dan STI4 masing-masing memiliki mean 4,11, 3,92, 4,23, dan 4,16. SD bervariasi dari 0,772 hingga 1,028, menunjukkan niat yang sangat positif di kalangan responden untuk terlibat dalam pariwisata berkelanjutan.

Tabel 3. Descriptive Statistik

| Variable                             | Item | Mean | SD    |
|--------------------------------------|------|------|-------|
| <i>Attitude</i>                      | ATT1 | 4,40 | 0,629 |
|                                      | ATT2 | 4,43 | 0,706 |
|                                      | ATT4 | 4,30 | 0,776 |
|                                      | SN1  | 3,91 | 1,017 |
| <i>Subjective Norm</i>               | SN2  | 3,95 | 1,040 |
|                                      | SN3  | 3,97 | 0,971 |
|                                      | PBC3 | 3,97 | 1,060 |
| <i>Perceived Behavior Control</i>    | PBC4 | 3,90 | 1,092 |
|                                      | PBC5 | 3,96 | 1,090 |
|                                      | MR1  | 4,24 | 0,775 |
|                                      | MR2  | 4,28 | 0,866 |
|                                      | MR4  | 4,29 | 0,765 |
| <i>Moral Reflectiveness</i>          | MR5  | 4,38 | 0,737 |
|                                      | STI1 | 4,11 | 0,829 |
|                                      | STI2 | 3,92 | 1,028 |
|                                      | STI3 | 4,23 | 0,850 |
| <i>Sustainable Tourism Intention</i> | STI4 | 4,16 | 0,772 |

Untuk mengevaluasi skala realibilitas dalam model pengukuran, penelitian ini menggunakan dua koefisien, *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, di mana *Cronbach's alpha* harus  $> 0,7$  dan *composite reliability* juga harus  $> 0,7$ . Dalam penelitian ini, nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel lebih dari 0,7, berkisar antara 0,701 hingga 0,850. Selanjutnya nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,7, berkisar antara 0,829 hingga 0,909.

Untuk mengevaluasi *convergent validity*, penelitian ini menggunakan *outer loading* dan *average variance extracted* (AVE) berdasarkan *outer loading* harus  $> 0,7$  dan AVE harus  $> 0,5$ . Pada penelitian ini menunjukkan bahwa untuk setiap variabel memiliki nilai AVE sebesar lebih dari 0,5. Item dengan nilai *outer loading* kurang dari 0,7 akan dihapus. Sebagai contoh, satu item dari *attitude*, satu item dari *moral reflectiveness* dan dua item dari *perceived behavior control* dihapus dalam model pengukuran. Semua variabel dengan item menunjukkan nilai *outer loading* yang tinggi, yaitu lebih dari 0,7 pada konstruk masing-masing yang mengindikasikan bahwa item-item tersebut dapat mengukur dengan benar. Selanjutnya Hasil Validitas dan Reliabilitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Validitas dan Reliabilitas

| Variable                      | Item | Outer Loadings | AVE   | cronbach's alpha | composite reliability |
|-------------------------------|------|----------------|-------|------------------|-----------------------|
| Attitude                      | ATT1 | 0,772          | 0,618 | 0,701            | 0,829                 |
|                               | ATT2 | 0,810          |       |                  |                       |
|                               | ATT4 | 0,776          |       |                  |                       |
| Subjective Norm               | SN1  | 0,877          | 0,769 | 0,850            | 0,909                 |
|                               | SN2  | 0,881          |       |                  |                       |
|                               | SN3  | 0,872          |       |                  |                       |
| Perceived Behavior Control    | PBC3 | 0,847          | 0,721 | 0,806            | 0,886                 |
|                               | PBC4 | 0,807          |       |                  |                       |
|                               | PBC5 | 0,892          |       |                  |                       |
| Moral Reflectiveness          | MR1  | 0,817          | 0,612 | 0,788            | 0,863                 |
|                               | MR2  | 0,835          |       |                  |                       |
|                               | MR4  | 0,719          |       |                  |                       |
|                               | MR5  | 0,751          |       |                  |                       |
| Sustainable Tourism Intention | STI1 | 0,713          | 0,596 | 0,773            | 0,854                 |
|                               | STI2 | 0,855          |       |                  |                       |
|                               | STI3 | 0,728          |       |                  |                       |
|                               | STI4 | 0,783          |       |                  |                       |

*Discriminant validity* didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Kriteria Fornell-Larcker membandingkan akar kuadrat AVE dengan koefisien korelasi dari dua variabel laten. Nilai yang lebih tinggi

pada garis diagonal menunjukkan *discriminant validity*. Untuk analisis Tabel 3, model penelitian kami menunjukkan *discriminant validity* yang dapat diterima.

Tabel 5. Hasil Fornell-Larcker Criterion

|     | ATT   | MR    | PBC   | SN    | STI   |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| ATT | 0,786 |       |       |       |       |
| MR  | 0,208 | 0,782 |       |       |       |
| PBC | 0,393 | 0,255 | 0,849 |       |       |
| SN  | 0,269 | 0,438 | 0,426 | 0,877 |       |
| STI | 0,366 | 0,413 | 0,697 | 0,522 | 0,772 |

Multikolinearitas dalam model struktural digunakan untuk mengevaluasi kemungkinan adanya multikolinearitas antara faktor-faktor dalam model dan

*inner variance inflation factor* (VIF) dapat digunakan untuk mengevaluasi permasalahan ini. Inner VIF harus <3,3 untuk menghindari adanya multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil inner VIF

|     | ATT | MR | PBC | SN | STI   |
|-----|-----|----|-----|----|-------|
| ATT | -   | -  | -   | -  | 1,208 |
| MR  | -   | -  | -   | -  | 1,254 |
| PBC | -   | -  | -   | -  | 1,364 |
| SN  | -   | -  | -   | -  | 1,433 |
| STI | -   | -  | -   | -  | -     |

Koefisien determinasi *R-square* digunakan untuk mengukur akurasi prediksi dari suatu model. Nilai *R-square* adalah persentase varians dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Nilai *R-square* 0,75, 0,50, dan 0,25 diklasifikasikan nilai tersebut masing-masing kuat, moderat, dan lemah. Dalam model ini, *R-square* dari intensi wisatawan untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkalanjutan di desa wisata Penglipuran adalah 0,57, yang menunjukkan bahwa model tersebut memiliki akurasi prediksi yang moderat.

Tabel 7. Hasil R-Square

| Variable | R-Square | Adjusted R-Square |
|----------|----------|-------------------|
| STI      | 0,577    | 0,564             |

Terdapat tiga nilai minimum dari tingkat penerimaan nilai *goodness of fit* (GOF) yaitu 0,10, 0,25, dan 0,36 yang artinya tingkat penerimaan nilai GOF masing-masing adalah kecil, medium, dan signifikan. Nilai GOF dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,62 yang mana nilai tersebut artinya GOF signifikan.

Tabel 8. Hasil Hipotesis Penelitian

|           | Original sample | Sample mean | Standard deviation | T-Statistic | P-Value |
|-----------|-----------------|-------------|--------------------|-------------|---------|
| ATT → STI | 0,063           | 0,061       | 0,078              | 0,803       | 0,422   |
| SN → STI  | 0,197           | 0,195       | 0,096              | 2,043       | 0,042   |
| PBC → STI | 0,543           | 0,533       | 0,094              | 5,773       | 0,000   |
| MR → STI  | 0,175           | 0,201       | 0,088              | 1,992       | 0,047   |

Berdasarkan hipotesis yang telah disusun oleh peneliti, dari total empat hipotesis terdapat tiga hipotesis yang diterima dan satu hipotesis yang ditolak. Variabel seperti *subjective norm*, *perceived behavior control*, dan *moral reflectiveness* terbukti berpengaruh positif terhadap intensi untuk mengunjungi pariwisata

berkelanjutan di desa wisata Penglipuran. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai p-value dari variabel tersebut lebih rendah dari 0,05 sehingga variabel tersebut signifikan berpengaruh terhadap intensi mengunjungi pariwisata berkelanjutan. Di sisi lain variabel *attitude* tidak berpengaruh terhadap intensi untuk mengunjungi

pariwisata berkelanjutan di desa wisata Penglipuran. Hal tersebut di buktikan dengan nilai p-value dari variabel tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga variabel tersebut tidak signifikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensi untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan di Desa Penglipuran. Penelitian ini menggunakan TPB (*attitude, subjective norm, dan perceived behavior control*) dan variabel *moral reflectiveness*. Penelitian ini menemukan bahwa variabel yaitu *subjective norm, perceived behavior control, dan moral reflectiveness* terbukti berpengaruh positif terhadap intensi untuk mengunjungi pariwisata berkelanjutan di desa wisata Penglipuran. Di sisi lain variabel *attitude* tidak berpengaruh terhadap intensi untuk mengunjungi pariwisata berkelanjutan di desa wisata Penglipuran.

*Attitude* tidak berpengaruh terhadap intensi untuk mengunjungi pariwisata berkelanjutan di desa wisata Penglipuran. *Attitude* tidak berpengaruh terhadap intensi wisatawan untuk mengunjungi destinasi pariwisata. Namun hasil *attitude* berpengaruh terhadap intensi untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan. Hasil ini bisa mengindikasikan bahwa *attitude* positif atau negatif wisatawan terhadap konsep pariwisata berkelanjutan tidak mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi desa wisata Penglipuran. Dengan kata lain, meskipun seseorang memiliki pandangan yang baik tentang pariwisata berkelanjutan, hal ini tidak secara otomatis membuat mereka berniat untuk mengunjungi desa tersebut.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa *subjective norm* berpengaruh terhadap intensi untuk mengunjungi pariwisata berkelanjutan di desa wisata Penglipuran. *Subjective norm* berpengaruh terhadap intensi wisatawan untuk mengunjungi destinasi pariwisata. *Subjective norm* merujuk pada tekanan sosial atau pengaruh dari orang-orang yang penting bagi individu, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, yang mempengaruhi perilaku individu tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapat dan dukungan dari lingkungan sosial seseorang mempengaruhi niat mereka untuk mengunjungi desa wisata Penglipuran. Jika orang-orang di sekitar wisatawan berpikir bahwa mengunjungi destinasi berkelanjutan itu penting dan mendukung keputusan tersebut, wisatawan cenderung memiliki intensi lebih tinggi untuk berkunjung.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa *perceived behavior control* berpengaruh terhadap intensi untuk mengunjungi pariwisata berkelanjutan di desa wisata Penglipuran. *Perceived behavior control* berpengaruh terhadap intensi wisatawan untuk mengunjungi destinasi pariwisata. *Perceived behavior control* merujuk pada sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan dan sumber daya yang diperlukan untuk melakukan suatu tindakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan yang merasa memiliki kemampuan dan sumber daya salah satu waktu, uang, dan kemudahan untuk mengunjungi desa wisata

Penglipuran lebih cenderung memiliki intensi untuk berkunjung.

*Moral reflectiveness* berpengaruh terhadap intensi untuk mengunjungi pariwisata berkelanjutan di desa wisata Penglipuran. *Moral reflectiveness* berpengaruh positif terhadap intensi wisatawan untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan di Vietnam, *moral reflectiveness* berpengaruh terhadap konsumen muda India untuk mengunjungi *green hotel*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan yang lebih cenderung mempertimbangkan aspek moral dan etis dalam keputusan mereka lebih mungkin memiliki niat untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan seperti Penglipuran. Ini berarti bahwa kesadaran etis dan tanggung jawab moral memainkan peran penting dalam memotivasi mereka untuk memilih destinasi yang mendukung keberlanjutan lingkungan dan sosial.

#### **4. Kesimpulan**

Penelitian ini menemukan bahwa *subjective norm, perceived behavior control, dan moral reflectiveness* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap intensi untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan di Desa Penglipuran. *Subjective norm* menunjukkan bahwa tekanan sosial dan dukungan dari lingkungan sekitar memainkan peran penting dalam membentuk niat wisatawan untuk berkunjung. *Perceived behavior control* mengindikasikan bahwa keyakinan wisatawan terhadap kemampuan dan sumber daya yang mereka miliki mendorong mereka untuk mengunjungi desa tersebut. *Moral reflectiveness* menunjukkan bahwa pertimbangan etis dan moral turut memotivasi wisatawan dalam memilih destinasi berkelanjutan. Namun, *attitude* terhadap pariwisata berkelanjutan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi kunjungan, yang berarti pandangan positif atau negatif tentang konsep ini tidak memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Desa Penglipuran. Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi yang signifikan, baik dari segi teoretis maupun praktis. Secara teoretis, temuan ini memperkuat *theory of planned behavior* dengan menegaskan bahwa *subjective norm* dan *perceived behavior control* memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi untuk mengunjungi destinasi pariwisata berkelanjutan. Penambahan *moral reflectiveness* sebagai variabel tambahan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori ini dalam konteks pariwisata berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa pertimbangan moral merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan wisatawan, memperkaya literatur tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku wisatawan dalam konteks ini. Dari segi praktis, pengelola pariwisata di desa wisata Penglipuran dapat berfokus pada kampanye yang menonjolkan dukungan sosial dan tekanan positif dari komunitas contohnya, pengelola dapat melibatkan tokoh masyarakat atau *influencer* untuk mendorong kunjungan wisatawan. Selain itu, peningkatan fasilitas dan layanan yang dapat meningkatkan *perceived behavior control* wisatawan, melalui penyediaan

informasi yang jelas tentang aksesibilitas, biaya, dan panduan wisata. Edukasi wisatawan tentang pentingnya pariwisata berkelanjutan dan dampak positifnya dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi desa wisata penglipuran. Dari perspektif kebijakan, pemerintah daerah dapat merancang kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan. Dukungan ini dapat berupa insentif bagi pengelola wisata yang mengembangkan destinasi pariwisata berkelanjutan, sehingga banyak daerah wisata yang menerapkan praktik berkelanjutan. Dengan memahami dan menerapkan implikasi-implikasi ini, diharapkan Desa Penglipuran dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung, sekaligus mempromosikan praktik pariwisata yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab.

## Daftar Rujukan

- [1] Pinho, M., & Gomes, S. (2023). Generation Z As A Critical Question Mark For Sustainable Tourism – An Exploratory Study In Portugal. *Journal of Tourism Futures*. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2022-0171>.
- [2] Chong, K. L. (2020). The Side Effects of Mass Tourism: The Voices of Bali Islanders. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 157–169. DOI: <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1683591>.
- [3] Mai, V. N., Nguyen, Q. N., & Hien, L. T. D. (2023). Citizen Participation In Community-Based Tourism Development In The Mekong Delta, Vietnam. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(5). DOI: <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i5.749>.
- [4] Mathew, P. V., & M, N. P. (2022). Sustainable Tourism Development: Discerning The Impact of Responsible Tourism On Community Well-Being. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 987–1001. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2021-0052>.
- [5] Ajzen, I. (2011, September). The Theory of Planned Behaviour: Reactions and Reflections. *Psychology and Health*. DOI: <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>.
- [6] Hill, R. J., Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Contemporary Sociology*, 6(2), 244. DOI: <https://doi.org/10.2307/2065853>.
- [7] Abdollahzadeh, H., & Amin, V. (2020). The Effect of Planned Behavior Theory, Ethical Commitment, and Perceived Risk on Corporate Sustainability Accounting and Reporting. *Iranian Journal of Value and Behavioral Accounting*, 5(9), 269–299. DOI: <https://doi.org/10.29252/aapc.5.9.269>.
- [8] Fauzi, M. A., Hanafiah, M. H., & Kunjuraman, V. (2024). Tourists' Intention To Visit Green Hotels: Building On The Theory of Planned Behaviour and The Value-Belief-Norm Theory. *Journal of Tourism Futures*, 10(2), 255–276. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0008>.
- [9] Conner, M., & Abraham, C. (2001). Conscientiousness and The Theory of Planned Behavior: Toward A More Complete Model of The Antecedents Of Intentions and Behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(11), 1547–1561. DOI: <https://doi.org/10.1177/01461672012711014>.
- [10] Mohaidin, Z., Wei, K. T., & Ali Murshid, M. (2017). Factors Influencing The Tourists' Intention to Select Sustainable Tourism Destination: A Case Study of Penang, Malaysia. *International Journal of Tourism Cities*, 3(4), 442–465. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2016-0049>.
- [11] Nguyen, V. H., Nguyen, T. H., Mai, L. H., Nguyen, T. T. P., Lan Nguyen, T. M., & Nguyen, T. P. L. (2023). The Factors Affecting Vietnamese People's Sustainable Tourism Intention: An Empirical Study With Extended The Theory of Planned Behavior (TPB). *Foresight*, 25(6), 844–860. DOI: <https://doi.org/10.1108/FS-06-2022-0065>.
- [12] Shen, K., & Shen, H. (2021). Chinese Traditional Village Residents' Behavioural Intention to Support Tourism: An Extended Model of The Theory of Planned Behaviour. *Tourism Review*, 76(2), 439–459. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0451>.
- [13] Conner, M., Warren, R., Close, S., & Sparks, P. (1999). Alcohol Consumption and The Theory of Planned Behavior: An Examination of The Cognitive Mediation of Past Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 29(8), 1676–1704. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1999.tb02046.x>.
- [14] Chen, Y., Dai, Y., Liu, A., Liu, W., & Jia, L. (2023). Can The COVID-19 Risk Perception Affect Tourists' Responsible Behavior Intention: An Application of The Structural Equation Model. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(9), 2042–2061. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1977938>.
- [15] Ahmad, W., Kim, W. G., 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, 228–236. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.040>.
- [16] Hsu, C. H. C., & Huang, S. (2012, August). An Extension of the Theory of Planned Behavior Model for Tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348010390817>.
- [17] Baker, E. W., Al-Gahtani, S. S., & Hubona, G. S. (2007). The Effects of Gender and Age On New Technology Implementation In A Developing Country: Testing The Theory of Planned Behavior (TPB). *Information Technology and People*, 20(4), 352–375. DOI: <https://doi.org/10.1108/09593840710839798>.
- [18] Armitage, C. J., Conner, M., Loach, J., & Willets, D. (1999). Different Perceptions of Control: Applying An Extended Theory of Planned Behavior to Legal and Illegal Drug Use. *Basic and Applied Social Psychology*, 21(4), 301–316. DOI: [https://doi.org/10.1207/S15324834BASP2104\\_4](https://doi.org/10.1207/S15324834BASP2104_4).
- [19] Abbasi, G. A., Kumaravelu, J., Goh, Y. N., & Dara Singh, K. S. (2021). Understanding The Intention to Revisit A Destination By Expanding The Theory of Planned Behaviour (TPB). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 282–311. DOI: <https://doi.org/10.1108/SJME-12-2019-0109>.
- [20] Feinberg, M., & Willer, R. (2013). The Moral Roots of Environmental Attitudes. *Psychological Science*, 24(1), 56–62. DOI: <https://doi.org/10.1177/0956797612449177>.
- [21] Reynolds, S. J. (2008). Moral Attentiveness: Who Pays Attention to the Moral Aspects of Life?. *Journal of Applied Psychology*, 93(5), 1027–1041. DOI: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.5.1027>.
- [22] Walker, L. J. (2002). The Model And The Measure: An Appraisal of The Minnesota Approach To Moral Development. *Journal of Moral Education*, 31(3), 353–367. DOI: <https://doi.org/10.1080/0305724022000008160>.
- [23] 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, 1152–1162. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.047>.
- [24] Aquino, K., & Americus, R. (2002). The Self-Importance of Moral Identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423–1440. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1423>.
- [25] Afsar, B., & Umrani, W. A. (2020). Corporate Social Responsibility and Pro-Environmental Behavior at Workplace: The Role of Moral Reflectiveness, Coworker Advocacy, And Environmental Commitment. *Corporate Social Responsibility*

- and Environmental Management, 27(1), 109–125. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.1777>.
- [26] Chan, L., & Bishop, B. (2013). A Moral Basis for Recycling: Extending The Theory of Planned Behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 33, 96–102. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.07.010>.
- [27] Tonglet, M., Phillips, P. S., & Read, A. D. (2004). Using The Theory of Planned Behaviour to Investigate The Determinants of Recycling Behaviour: A Case Study From Brixworth, UK. *Resources, Conservation and Recycling*, 41(3), 191–214. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2003.11.001>.
- [28] Ketchen, D. J. (2013). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Long Range Planning*, 46(1–2), 184–185. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>.
- [29] Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool In Business Research. *European Business Review*. Emerald Group Publishing Ltd. DOI: <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.
- [30] Kock, N. (2015). Common Method Bias In PLS-SEM: A Full Collinearity Assessment Approach. *International Journal of E-Collaboration*, 11(4), 1–10. DOI: <https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101>.
- [31] Leguina, A. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2), 220–221. DOI: <https://doi.org/10.1080/1743727x.2015.1005806>.
- [32] Aida, N., & Ekasari, A. (2019). Anteseden Intensi Mengunjungi Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*. DOI: <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.4243>.
- [33] Huang, S., & Hsu, C. H. C. (2009). Effects of Travel Motivation, Past Experience, Perceived Constraint, and Attitude On Revisit Intention. *Journal of Travel Research*, 48(1), 29–44. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287508328793>.
- [34] Shen, S., Schüttemeyer, A., & Braun, B. (2009). Visitors' Intention to Visit World Cultural Heritage Sites: An Empirical Study of Suzhou, China. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 26(7), 722–734. DOI: <https://doi.org/10.1080/10548400903284610>.
- [35] Sujood, Siddiqui, S., Bano, N., & Al Rousan, R. (2023). Understanding intention of Gen Z Indians to Visit Heritage Sites By Applying Extended Theory of Planned Behaviour: A Sustainable Approach. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*. DOI: <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-03-2022-0039>.
- [36] Soliman, M. (2021). Extending the Theory of Planned Behavior to Predict Tourism Destination Revisit Intention. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 22(5), 524–549. DOI: <https://doi.org/10.1080/15256480.2019.1692755>.
- [37] 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*, 31(3), 325–334. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>.