cek turnitin

by Universitas Selamat Sri

Submission date: 19-Dec-2023 11:47PM (UTC-0600)
Submission ID: 2262994454
File name: 8147-23773-1-SM_tanpa_dapus.docx (450.63K)
Word count: 2348
Character count: 15739

SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi
Vol. xx, No. x Januari 2021, Hal x-x

Fakultas Ekonomi Universitas Semarang
P-ISSN : 1412-5331, E-ISSN : 2716-2532
DOI: xxxxxxxxxxxxx

Pengaruh Wellnes Tourism Experience Terhadap Tourism Engagement Dengan Tourism Inspiration Sebagai Variabel Mediasi

Gilang Kharisma Putra
gilang@uniss.ac.id

Manajemen, Universitas Selamat Sri, Kendal, Indonesia

INFO ARTIKEL
Proses Artikel
Dikirim :
Diterima:
Dipublikasikan:

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menguji apakah wellness tourist expertise dapat mencipkatan perilaku tourist engagement, kami juga mencoba menambahkan variabel tourist inspiration sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuntitatif. Menggunakan metode purposive sampling dalam teknik pengambilan sempel, yang mana nantinya sampel yang diambil akan disaring berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria sempel dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata medini kabupaten kendal yang telah melakukan kunjungan lebih dari 3 kali. Berdasarkan kriteria tersebut, dipilihlah sampling sebanyak 77 pengunjung. Penelitian ini menggunakan data primer, dimana data ini diperoleh secara langsung Berdasarkan tabel hasil pengolahan uji hipotesis diatas, Hubungan variabel wellnes tourist experience terhadap tourist engagement dengan t statistik 2,255 dan p value 0,024. Hasil ini menunjukan variabel wellnes tourist experience memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, hubungan variabel tourist inspiration terhadap tourist engagement dengan t statistik 6,717 dan p value 0,000. Hasil ini menunjukan variabel tourist inspiration memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tourist engagement, Hubungan variabel wellnes tourist experience terhadap tourist inspiration dengan t statistik sebesar 17,256 dan p value sebesar 0,000. Hasil ini menunjukan variabel wellnes tourist experience memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tourist inspiration, Peran variabel tourist inspiration dalam memediasi hubungan variabel wellnes tourist experience terhadap tourist engagement dengan t statistik 5,965 dan p value 0,000. Hasil ini menunjukan tourist inspiration mampu memediasi hubungan variabel wellnes tourist experience terhadap variabel tourist engagement

Kata Kunci :
Wellness tourist experience; tourist inspiration; Tourist engagement;

Abstract

The aim of this research is to test whether wellness tourist expertise can create tourist engagement behavior. We also tried to add the tourist inspiration variable as a mediating variable.This research uses a quantitative research methodapproach. Using a purposive sampling method in the sampling technique, where the samples taken will later be filtered based on certain criteria. The sample criteria in this research are visitors to the Medini Kendal Regency tourist attraction who have visited more than 3 times. Based on these criteria, a sampling of 77 visitors was selected. This research uses primary data, where this data was obtained directly. Based on the table of hypothesis test processing results above, the relationship between the tourist wellness experience variable and tourist engagement is with a t statistic of 2.255 and a p value of 0.024. These results show that the wellness tourist experience variable has a positive and significant influence, the relationship between the tourist inspiration variable and tourist engagement with a t statistic of 6.717 and a p value of 0.000. These results show that the tourist inspiration variable has a positive and significant influence on tourist engagement. The relationship between the wellness tourist experience variable and tourist inspiration with a t statistic of 17.256 and a p value of 0.000. These results show that the wellness tourist experience variable has a positive and significant influence on tourist inspiration. The role of the tourist inspiration variable in mediating the relationship between the wellness tourist experience variable and tourist engagement with a t statistic of 5.965 and a p value of 0.000. These results show that tourist inspiration is able to mediate the relationship between the tourist wellness variable and the tourist engagement variable

Key word :
Wellness tourist experience; tourist inspiration; Tourist engagement;

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sektor dengan potensi sebagai sumber penghasilan cukup besar bagi pendapatan suatu daerah. Pemerintah belakangan ini serius menggarap sektor pariwisata, diantaranya dengan mengadakan event internasional. Selain destinasi buatan diatas, indonesia memiliki destinasi wisata alam yang sangat melimpah, mulai dari gunung hingga pantai. Kabupaten kendal terletak di provinsi jawa tengah dan berbatasan dengan kota semarang dibagian timur, kabupaten batang dibagian barat, kabupaten temanggung, kabupaten semarang dan kabupaten wonosobo dibagian selatan dan laut jawi dibagian utara.

Letak geografis dan topografi kabupaten kendal cukup menguntungkan, mengingat kabupaten ini terletak bersebelahan dengan kota semarang sehingga akses transportasi baik bandara, pelabuhan dan stasiun tersedia dengan mudah. Dari aspek topografi, kabupaten kendal memiliki bibir pantai yang memanjang dari kecamatan kaliwungu hingga kecamatan weleri, yang memiliki potensi digarap dengan konsep ekonomi biru. Namun pada penelitian ini, fokus oservasi adalah pada destinasi wisata pegunungan yang berada dikabupaten kendal, dengan tujuan utama mengangkat variabel wellness atau kesehatan dalam destinasi wisata.

Wellnes tourist expertise belum banyak diadopsi oleh objek wisata di indonesia, padahal ini merupakan tren baru dalam wisata dunia, dimana berwisata dengan tujuan mencari kebugaran jasmani. Penelitian yang dilakukan (Anannukul & Yoopetch, 2022) mengungkapkan generasi muda saat ini lebih menyukai pola hidup sehat, termasuk pada destinasi wisata. (Brown, 2006) mengungkapkan wellnes tourism merupakan tema utama yang diusung negara china untuk menggenjot sektor pariwisata negara tersebut. Kabupaten kendal memiliki beberapa objek wisata yang dapat mengimplementasikan wellness tourist expertise, seperti objek wisata curug sewu, goa kiskendo, kebun teh medini dan objek wisata alam lainnya. Penelitian ini terfokus pada objek

wisata kebun teh medini yang terletak di kecamatan limbangan kabupaten kendal. Kebun teh medini memiliki akses yang cukup mudah, memakan waktu sekira satu jam perjalanan dari kota semarang, objek wisata ini menawarkan udara yang sejuk dan kebun teh yang memanjakan mata. Diperlukan tenaga fisik untuk dapat menikmati wisata kebun teh medini, karena kontur tanah yang landai karna terletak pada lereng gunung ungaran memaksa wisatawan menggerakan tubuhnya untuk berolahraga semi hiking. Tujuan penelitian ini adalah menguji apakah wellness tourist expertise dapat mencipkatan perilaku tourist engagemen, kami juga mencoba menambahkan variabel tourist inspiration sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini. Diharapkan temuan dalam penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pengetahuan pemasaran wisata serta dapat diadopsi dan diterapkan pengelola destinasi-destinasi wisata indonesia khususnya kabupaten kendal sehingga dapat memajukan ekonomi pada sektor ini.

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini menggunakan teori tunggal Theory of reasoned action yang merupakan teori yang digunakan untuk mempelajari niat perilaku seseorang terhadap perilaku tertentu yang dapat menentukan apakah mereka akan terlibat dalam perilaku tersebut. Norma serta ssikap sosial lambat laun dapat mengubah cara orang berperilaku. Dalam penelitian ini, pergeseran kegiatan tradisional menuju kegiatan dengan mengusung tema kesehatan cukup sering kita jumpai. Seperti bersepeda yang pada pandangan tradisional adalah alat transportasi, kini bergeser menjadi gaya hidup sehat masyarakat perkotaan.

Pengaruh wellness tourist experience terhadap tourist engagement

Wellness tourist experience merupakan pariwisata yang menawarkan keselarasan kesehatan pikiran, tubuh dan jiwa kepada wisatawan. Meskipun pada kondisi sebenarnya, sangat sulit memenuhi ekpektasi tiap-tiap wisatawan karena kebutuhan akan kesehatan jasmani dan rohani mereka pasti berbeda (Csirmaz & Pető, 2015). Wellness tourist merupakan wodel baru dalam pariwisata moderm, karna memadukan tujuan berwisata dan berolahraga pada satu waktu yang sama (Koncul, 2012). Sementara itu tourist engagement merupakan keterlibatan emosional wisatawan dengan objek wisata. Wisatawan yang memiliki perilaku ini merupakan asset pengelola objek wisata, karena akan dengan sukarela mengajak teman atau kerabat untuk mengunjungi objek wisata tersebut (Rasoolimanesh et al., 2021). Penelitian sebelumnya yang oleh (Liu et al., 2023)(Phuthong et al., 2022) (Lee & Kim, 2023)(Lopes, 2022) yang menyatakan wellness tourist experience berpengaruh terhadap tourist engagement, maka kami mengajukan hipotesis satu:

H1. Wellness Tourist Experience memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tourist engagement

Pengaruh tourist inspiration terhadap tourist engagement

Tourist inspiration merupakan keadaan yang dirasakan wisatawan secara tiba-tiba mengenai wawasan baru yang dijumpainya. Ini berkaitan dengan penerimaan ide baru yang mengarah pada kesadaran akan hal-hal baru dan kemungkinan yang lebih baik (Khoi et al., 2020). Inspirasi pelanggan suatu objek wisata merupakan sesuatu yang menjanjikan dalam pemasaran (Khoi et al., 2021). Sementara tourist engagement merupakan keterlibatan emosional wisatawan dengan objek wisata. Wisatawan yang memiliki perilaku ini merupakan asset pengelola objek wisata, karena akan dengan sukarela mengajak teman atau kerabat untuk mengunjungi objek wisata tersebut (Rasoolimanesh et al., 2021). Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Gordon & Baker, 2016) (Sigala & Robinson, 2018) (Hoogendoorn & Hammett, 2021)(Kline et al., 2022)(Garrison & Wallace, 2021)(Chen et al., 2021) yang menyatakan tourist inspiration berpengaruh terhadap tourist engagement, maka kami mengajukan hipotesis dua:

H2. Tourist Inspiration memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tourist engagement

Pengaruh wellness tourist experience terhadap tourist inspiration
Wellness tourist experience merupakan pariwisata yang menawarkan keselarasan kesehatan pikiran, tubuh dan jiwa kepada wisatawan. Meskipun pada kondisi sebenarnya, sangat sulit memenuhi ekpektasi tiap-tiap wisatawan karena kebutuhan akan kesehatan jasmani dan rohani mereka pasti berbeda (Csirmaz & Pető, 2015). Wellness tourist merupakan wodel baru dalam pariwisata moderm, karna memadukan tujuan berwisata dan berolahraga pada satu waktu yang sama (Koncul, 2012). Sementara itu, tourist inspiration merupakan keadaan yang dirasakan wisatawan secara tiba-tiba mengenai wawasan baru yang dijumpainya. Ini berkaitan dengan penerimaan ide baru yang mengarah pada kesadaran akan hal-hal baru dan kemungkinan yang lebih baik (Khoi et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh (He et al., 2023) (Dillette et al., 2021) (Nel-lo Andreu et al., 2021) (Zailani et al., 2021) yang menyatakan wellness tourist experience berpengaruh terhadap tourist inspiration, maka kami mengajukan hipotesis tiga:

H3. Wellness Tourist Experience memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tourist Inspiration

Peran Tourist Inspiration dalam memediasi hubungan wellness tourist experience terhadap tourist engagement
Penelitian ini akan menguji peran tourist inspiration dalam memediasi hubungan variable ellness tourist experience terhadap variable tourist engagement. Hal ini dilakukan mengingat belum ada sebelumnya penelitian yang mengkaji hal tersebut. Maka diharapkan penelitian ini dapat memiliki kebaharuan dalam ilmu pemasaran pariwisata.Tourist engagement merupakan keterlibatan emosional wisatawan dengan objek wisata. Maka kami mengajukan hipotesis empat:

H4. Tourist inspiration mampu memediasi hubungan wellness tourist experience terhadap tourist engagement

METODE PENELITIAN

Kami menggunakan metode penelitian kuntitatif dengan purposive sampling dalam teknik pengambilan sempel, yang mana nantinya sampel yang diambil akan disaring berdasarkan kriteria tertentu. Kami menggunakan kriteria sempel dalam studi ini yaitu pengunjung objek wisata medini kabupaten kendal yang telah melakukan kunjungan lebih dari 3 kali. Berdasarkan kriteria tersebut, dipilihlah sampling sebanyak 77 pengunjung. Menggunakan data primer dimana Proses pengambilan data dilakukan secara langsung (luring) di objek penelitian untuk melihat persepsi responden berkenaan dengan wellnes tourist experience, tourist inspiration dan tourist engagement. Uji statistik dalam model *SEM* menggunakan alat bantu aplikasi smart PLS 4.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Konvergen
Uji validitas konvergen dilakukan untuk melihat ukuran korelasi positif dengan ukuran alternatif dari konstruk yang sama. *Alpha cronbach,s* haruslah lebih dari 0,70. A*lpha cronbach,s* menggambarkan batas bawah dan kehandalan konsistensi internal. Sementara C*omposite reliability* haruslah diatas 0,70.

Tabel 1. Uji Validitas Konvergen

Variabel	Cronbach alpha	Rho A	Composite Reliability	Average Variance Extracted
WTE	0,806	0,818	0,875	0,641
TI	0,841	0,843	0,887	0,612
TE	0,841	0,844	0,887	0,612

Sumber : diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, nilai *cronbach alpha* variabel wellnes tourist experience adalah 0,806 variabel tourist inspiration adalah 0,841 dan variabel tourist engagement adalah 0,841. Dari data tersebut *cronbach alpha* semua variabel diatas 0,70 maka semua kontruk memiliki reliabilitas yang baik. Nilai *cronbach alpha* dinyatakan baik apabila diatas 0,70 (Hair et al., 2014).
Composite reliability variabel wellnes tourist experience adalah 0,875 variabel tourist inspiration adalah 0,887 dan variabel tourist engagement adalah 0,887. Dari data tersebut diketahui seluruh variabel memiliki *composite reliability* lebih dari 0,70 ini menandakan data yang digunakan menunjukan konsistensi internal yang memadai. Nilai *composite reliability* harus diatas 0,70 untuk dapat dikatakan baik (Hair et al., 2014).

Uji R

Uji R dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen yang dapat dilihat dari nilai *adjusted R square*.

Tabel 2. Uji R Square

Variabel	*R Square*	*Adjusted R square*
TI	0,669	0,665
TE	0,759	0,752

Sumber : diolah 2023

Dari data tersebut, nilai adjusted r square variabel tourist inspiration adalah 0,665 yang menandakan variabel tourist inspiration dapat dijelaskan variabel wellnes tourist experience sebesar 66,5% sementara variabel diluar wellnes tourist experience menjelaskan sebesar 33,5%. Variabel tourist engagement memiliki nilai adjusted r square sebesar 0,752 yang menandakan variabel tourist engagement dapat dijelaskan oleh variabel wellnes tourist experience dan variabel tourist inspiration sebesar 75,2% sementara variabel diluar itu menjelaskan sebesar 24,8%.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dalam dua tahapan, pertama menguji pengaruh langsung, dalam hal ini pengaruh variabel wellnes tourist experience terhadap variabel tourist engagement, pengaruh variabel wellnes tourist experience terhadap variabel tourist inspiration, dan pengaruh variabel tourist inspiration terhadap variabel tourist engagement. Sementara pengaruh tak langsung merupakan pengujian pengaruh variabel tourist inspiration dalam memediasi hubungan antara variabel wellnes tourist experience dengan variabel tourist engagement.

Tabel 3. Uji Hipotesis

Hipotesis	*Original Sample*	*Sample mean*	*Standard deviasi*	*T statistik*	*P Value*
TI -> TE	0,656	0,658	0,098	6,717	0,000
WTE -> TE	0,248	0,248	0,110	2,255	0,024
WTE -> TI	0,818	0,818	0,047	17,256	0,000
WTE -> TI ->TE	0,537	0,538	0,090	5,965	0,000

Sumber : diolah 2023

Berdasarkan tabel hasil pengolahan uji hipotesis diatas, Hubungan variabel wellnes tourist experience terhadap tourist engagement dengan t statistik 2,255 dan p value 0,024. Hasil ini menunjukan variabel wellnes tourist experience memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap tourist engagement, maka hipotesis 1 dapat diterima. Hasil ini sama dengan penelitian (Liu et al., 2023)(Phuthong et al., 2022) (Lee & Kim, 2023)(Lopes, 2022)

hubungan variabel tourist inspiration terhadap tourist engagement dengan t statistik 6,717 dan p value 0,000. Hasil ini menunjukan variabel tourist inspiration memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap tourist engagement, sehingga hipotesis 2 dapat diterima. Hasil ini sama dengan penelitian oleh (Gordon & Baker, 2016) (Sigala & Robinson, 2018) (Hoogendoorn & Hammett, 2021)(Kline et al., 2022)(Garrison & Wallace, 2021)(Chen et al., 2021)

Hubungan variabel wellnes tourist experience terhadap tourist inspiration dengan t statistik sebesar 17,256 dan p value sebesar 0,000. Hasil ini menunjukan variabel wellnes tourist experience memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap tourist inspiration, sehingga hipotesis 3 dapat diterima. Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (He et al., 2023) (Dillette et al., 2021) (Nel-lo Andreu et al., 2021) (Zailani et al., 2021)

Peran variabel tourist inspiration dalam memediasi hubungan variabel wellnes tourist experience terhadap tourist engagement dengan t statistik sebesar 5,965 dan p value sebesar 0,000. Hasil ini menunjukan tourist inspiration mampu memediasi hubungan variabel wellnes tourist experience terhadap variabel tourist engagement, sehingga hipotesis 4 dapat diterima.

PENUTUP

Berdasarkan analisis yang telah disampaikan diatas, variabel wellnes tourist experience terbukti mempengaruhi seorang pengunjung untuk melakukan tindakan engagement, dimana hasrat pengunjung terhadap objek wisata tersebut tinggi selain itu mereka dapat mengekpresikan diri selama melakukan kunjungan wisata. Tindakan engagement yang dilakukan wisatawan dirasa dapat membantu objek wisata tersebut dalam melakukan pemasaran. Pengunjung objek wisata medini bukan hanya tersuguhkan pemandangan alam pegunungan ungaran yang indah, tapi juga dapat menjadikan badan sehat karena jalan yang mendaki.

Inspirasi kunjungan juga terbukti secara statistik dapat memediasi hubungan wellness tourist experience terhadap tindakan engagement. Keindahan kebun teh yang terhampar luas ditambah canda gurau pekerja pemetik teh, udara sejuk dan segar yang ditawarkan serta goa peninggalan belanda yang masih terjaga di lereng gunung ungaran, dapat memberikan inspirasi tersendiri bagi para pengunjung. disimpulkan bahwa wisata yang ditawarkan medini kendal memiliki kontur alam pegunungan yang mengajak pengunjung untuk *semi-hiking*. Hal ini terbukti dapat menguatkan sikap pengunjung untuk berperilaku engagement.

cek turnitin

ORIGINALITY REPORT

12%	11%	5%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	2%
2	id.scribd.com Internet Source	1%
3	lib.ibs.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.binadarma.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uksw.edu Internet Source	1%
6	Ayu Vepri Liani, Saifudin Saifudin. "LIKUIDITAS, LEVERAGE, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN CAPITAL INTENSITY : IMPLIKASINYA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK", Solusi, 2020 Publication	<1%
7	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
8	Submitted to Universitas International Batam Student Paper	

		<1 %
9	eprints.pknstan.ac.id Internet Source	<1 %
10	Muryanto Agus Nuswantoro. "PENGARUH DUKUNGAN ORGANISASI, BUDAYA ORGANISASI TERHADAP EMPLOYEE ENGAGEMENT YANG BERIMPLEMENTASIPADA LOYALITAS KERJA (Studi Kasus Pada BPR Arto Moro Semarang)", Solusi, 2021 Publication	<1 %
11	id.123dok.com Internet Source	<1 %
12	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
13	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
14	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
15	journals.usm.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.metrijayaflorist.com Internet Source	

<1%

18 Eka Susilawati, Siti Puryandani. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN STRUKTUR MODAL UMKM DENGAN INKLUSI KEUANGAN SEBAGAI PEMODERASI (Studi Pada UMKM Klaster Mebel dan Furnitur Kota Semarang)", Solusi, 2020 <1%
Publication

19 Martina Rahmawati Masitoh, Gugup Tugi Prihatma, Alfin Alfianto. "Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Browsing, dan Impulse Buying Tendency terhadap Impulse Buying Pelanggan E-Commerce Shopee", Sains Manajemen, 2022 <1%
Publication

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		