

## Pengaruh Peranan Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavior Control Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Studi Kasus pada Wisata Central Park Meikarta Cikarang

Afifah Putri Dwi Lestari<sup>1</sup>, Wiji Safitri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pelita Bangsa

Afifahputri347@gmail.com<sup>1</sup>, wijisafitri@pelitabangsa.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of the role of attitudes, subjective norms and perceived behavior control on the intention to revisit Meikarta Central Park Cikarang. This study used a quantitative method with data collection techniques through distributing questionnaires. The sample in this study were 80 tourists who had visited Central Park Meikarta using the saturated sample method. The data analysis technique used is multiple linear regression using SmartPLS. The intention to revisit tourist attractions has a positive and significant effect on the variable role of tourist attitudes. Subjective norms have a positive and significant effect on the variable Intention to Revisit Tourist Attractions. Perceived behavior control (behavioral control) has a positive and significant effect on the variable Intention to Revisit Tourist Attractions. Furthermore, it is seen how much influence the role of attitudes, subjective norms and perceived behavior control has on the intention to revisit Meikarta Central Park Cikarang in hypothesis testing. From the results of multiple linear regression tests, it was found that attitude variables, subjective norms and perceived behavior control affect the intention to revisit tourist attractions. The collected data is processed using the regression test technique which is processed with the SmartPLS application. The concept of this research has been tested by instruments with validity and reliability results with decent results.*

**Keywords:** *Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control, Revisit Intention*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh peranan sikap, norma subjektif dan perceived behavior control terhadap niat mengunjungi kembali Meikarta Central Park Cikarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah 80 orang wisatawan yang pernah berkunjung ke Central Park Meikarta dengan menggunakan metode sampel jenuh. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SmartPLS. Niat mengunjungi kembali Tempat Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Peranan sikap wisatawan. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Niat Mengunjungi Kembali Tempat Wisata. *Perceived behavior control* (kontrol perilaku) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Niat Mengunjungi Kembali Tempat Wisata. Selanjutnya dilihat seberapa besar pengaruh peranan sikap, norma subjektif dan *perceived behavior control* terhadap niat mengunjungi kembali Meikarta Central Park Cikarang

pada pengujian hipotesis. Dari hasil uji regresi linear berganda didapatkan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan perceived behavior control mempengaruhi niat mengunjungi kembali tempat wisata. Data yang terkumpul diolah dengan menggunakan teknik uji regresi yang di olah dengan aplikasi SmartPLS. Konsep penelitian ini sudah diuji instrumen dengan hasil validitas dan reliabilitas dengan hasil yang sudah layak.

**Kata Kunci:** Sikap, Norma Subjektif, *Perceived Behavior Control*, Niat Mengunjungi Kembali

## PENDAHULUAN

Pariwisata masa kini sangat mudah ditemui dengan banyaknya sumber informasi di internet ataupun melalui media sosial. Sektor pariwisata sebagai salah satu sektor strategis pembangunan telah mampu menunjukkan kinerja sebagai sektor yang semakin prospektif dalam menopang perekonomian nasional. Pariwisata berkembang menjadi salah satu industry yang tumbuh dengan dominan di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Pariwisata juga telah berkembang menjadi fenomena sosial dan menjadi usaha ekonomi, yang secara langsung maupun tidak langsung memicu pertumbuhan usaha dan membuka lapangan kerja baru. Pertumbuhan sektor pariwisata merupakan penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia dibanding sektor utama lainnya seperti Minyak & Gas Bumi, Batu Bara, dan Minyak Kelapa. Melihat dari peningkatan jumlah wisatawan, dan devisa yang masuk, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya, sejalan dengan itu pada periode yang sama jumlah penerimaan devisa dari pariwisata juga selalu meningkat pesat (Kominfo.com, 2020).

Perkembangan pariwisata di Indonesia terutama didasarkan kepada beberapa faktor. Indonesia mempunyai potensi kepariwisataan yang berpeluang besar untuk mendatangkan wisatawan. Peluang untuk memajukan pariwisata, terutama ditentukan oleh potensi kepariwisataan yang dimiliki oleh Indonesia. Tanpa adanya obyek dan daya Tarik wisata yang menjadi tujuan, wisatawan tidak akan melakukan suatu perjalanan wisata. Selain itu, Indonesia juga memiliki berbagai obyek wisata buatan, seperti taman taman rekreasi, taman-taman hiburan, museum, gedung teater, tempat-tempat bersejarah, yang sangat menarik untuk dikunjungi. Keseluruhan potensi tersebut, tersebar di seluruh provinsi yang ada di Indonesia, yang akan menjadi alasan bagi wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut (Wiseza, F.C.,2018).

Cikarang adalah kota dari Kabupaten Bekasi yang terletak 34 km sebelah timur Jakarta. Cikarang yang dikenal sebagai kota industri terbesar di Asia Tenggara membuka peluang bagi investor untuk berlomba-lomba menanamkan modalnya di sana. Saat ini, Cikarang telah menjadi salah satu pusat industri nasional yang nilai ekspornya mampu

bersaing dengan Batam. Kawasan industri di Cikarang merupakan kawasan industri yang potensial mengingat sekitar kurang lebih 2.125 unit pabrik dari 25 negara berlokasi di kawasan tersebut. Oleh karena itu, Cikarang mampu menyumbang sebesar 34,46% dari Penanaman Modal Asing dan Penanaman Modal Dalam Negeri, serta 22,45% dari volume ekspor nasional. Pada tahun 2008, omzet kawasan industri ini mencapai USD 35 miliar dan 70% di antaranya untuk pasar ekspor. Tercatat tujuh kawasan industri sudah berada di Cikarang, antara lain kawasan industri MM2100, Delta Silicon I, Delta Silicon II, EJIP, BIIE, Jababeka I, dan Jababeka II. Kawasan industri Delta Silicon I dan Delta Silicon II berada di bawah naungan grup Lippo (Karawang New Industry City, 2019).

Perkembangan ini menunjukkan bahwa Cikarang merupakan daerah tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan. Obyek wisata yang dimiliki Kota Cikarang diantaranya; Gedung kesenian & pariwisata, Danau, Waterboom, Pasar, Taman, dan Wahana Tempat Hiburan keluarga. Salah satu destinasi unggulan Kota Cikarang yang memiliki potensi untuk dikunjungi wisatawan adalah Central Park Meikarta. Taman Meikarta Central Park menjadi salah satu destinasi wisata baru yang sedang naik daun dan hits di Cikarang Bekasi. Berbagai macam wahana menarik yang bisa dinikmati ketika datang mengunjungi obyek wisata ini Bersama teman, ataupun keluarga. Mengusung wisata modern ramah keluarga, Taman Meikarta hadirkan ragam wahana ditunjang dengan landmark kawasan menakjubkan. Tempat wisata Central Park Meikarta Cikarang Bekasi adalah taman kota seluas 105 HA memberikan ruang hijau untuk healthy living. Di Central Park Meikarta Cikarang Bekasi memiliki terdapat danau seluas 25 HA yang memberikan pemandangan indah untuk bersantai bersama keluarga. Selain itu juga, Anda dan keluarga dapat menikmati beragam obyek yang disediakan oleh pengelola Central Park Meikarta Cikarang Bekasi. Mulai dari adanya rumah hobbit, gembok cinta, taman kelinci, jembatan cinta, kereta angsa, night view. Kemudian ada juga spot foto selfie, sumur cinta, dan rumah burung. Selain kenekaragaman obyek yang bisa dinikmati. Central Park Meikarta Cikarang juga menyajikan berbagai bazaar, pagelaran, dan festival-festival ketika di hari tertentu (Meikarta.com, 2022).

Niat mengunjungi kembali suatu tempat wisata atau *Revisit intention* merupakan bentuk perilaku (behavioral intention) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, *word of mouth* dari konsumen yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan (Zeithaml, 2018) Kesiediaan konsumen untuk mengunjungi kembali destinasi yang sama mempengaruhi pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan dasar untuk menyusun manajemen pemasaran sebagaimana yang Swaabrooke dalam buku *Consumer Behavior in Tourism* (2007). Dengan mengetahui informasi tentang variabel-variabel perilaku konsumen, pihak perusahaan dapat dengan mudah memilih bauran pemasaran yang tepat dan sesuai keinginan konsumennya. Dari

segi produk, harga, distribusi dan promosi, manajemen bisa menentukan jenis bauran yang sangat efektif dalam upaya menarik minat konsumen untuk berkunjung kembali ke Central Park Meikarta Cikarang.

Kecenderungan untuk merespon secara positif atau negatif kepada seseorang atau sesuatu yang berada dilingkungan merupakan suatu bentuk sikap. John R. Schermerhorn et al dalam *Organizational Behavior* (2011). Dalam buku Etika Profesi hukum (2012), Kanius mengemukakan bahwa norma subjektif memiliki arti sebuah norma yang bertolak dari unsur batin atau suara hati manusia. Sedangkan menurut Ayantunji Gbadamosi et al. dalam *Priciples Of Marketing A Value-Based Approach* (2013), menjelaskan bahwa norma subjektif mendefinisikan seperti apa yang orang lain pentingkan terhadap kepercayaan individu bahwa individu harus melakukannya atau kepercayaan normatif mengenai perilaku tertentu. Sedangkan *Perceived Behavior Control* yang merupakan sebuah kemampuan kontrol individu terhadap faktor-faktor yang cenderung mempermudah atau menghambat yang akan dilakukan. Perilaku konsumen berdasarkan *multi attribute model*. Intensi adalah determinan dari perilaku. Intensi (*intention*), dibentuk oleh sikap (*attitude*), norma subjektif, dan *Perceived Behavior Control*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Bintarti & Kurniawan, 2017), didapatkan temuan bahwa suatu lokasi wisata dapat terjadi fenomena revisit ketika seorang wisatawan mendapatkan kepuasan pengalaman saat melakukan wisata. Mengukur sebuah loyalitas wisatawan terhadap destinasi wisata memang sangat sulit untuk dilakukan, namun dengan adanya komitmen untuk berkunjung kembali ke objek wisata merupakan indikator yang tepat dalam mengukur loyalitas. Hal ini dikarenakan pengunjung wisata yang berkeinginan untuk berkunjung kembali pasti sebelumnya mengalami kepuasan dan loyalitas terhadap destinasi wisata yang dikunjunginya. Kepuasan dan loyalitas para wisatawan terhadap tempat wisata dapat dianalisis dari bauran pemasaran tempat wisata tersebut.

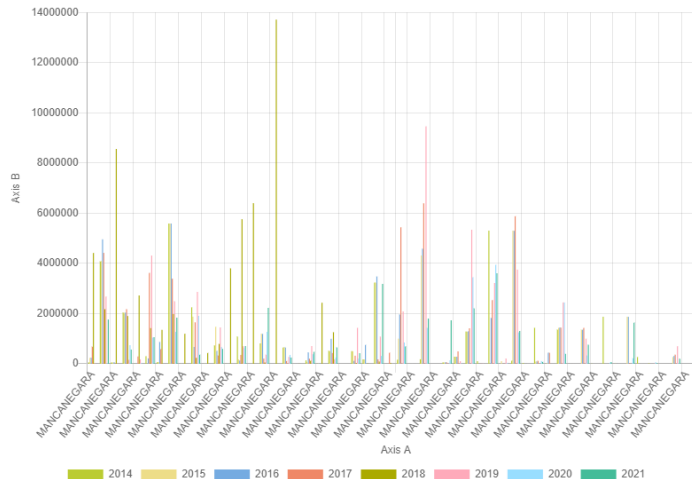
Setelah melakukan observasi secara langsung mengenai lokasi wisata Central Park Meikarta Cikarang mendapatkan hasil bahwa pada lokasi terdapat berbagai macam wahana menarik yang bisa dinikmati ketika datang mengunjungi obyek wisata ini bersama teman ataupun keluarga. Mengusung wisata modern ramah keluarga, Taman Meikarta hadirkan ragam wahana ditunjang dengan landmark kawasan menakjubkan. Harga tiket masuk di Central Park Meikarta dapat dikatakan sangat terjangkau, dengan pelayanan dan fasilitas yang ada di dalamnya. Central Park Meikarta terletak di dekat Kawasan Lippo Cikarang, yang berada di area strategis. Letaknya berdekatan dengan Pusat perbelanjaan Cikarang. Central Park Meikarta adalah taman hijau atau taman kota

seluas 105 hektare (ha) dengan danau buatan seluas 25 ha. Lokasinya di Jayamukti, Cikarang Pusat, Bekasi. Taman yang dikelola pada Kawasan Meikarta ini sudah memiliki pengelolaan yang cukup baik, adanya perilaku yang menyenangkan yang dilakukan oleh pengelola taman kepada pengunjung. Suatu rekreasi yang memiliki wahana ataupun tempat yang di jadikan lokasi bersantai ini sangat memiliki potensi sebagai tempat wisata yang bervariasi dengan banyaknya hal yang dilakukan didalamnya, seperti olahraga ataupun piknik bersama keluarga. Sejak tahun 2017 Wisata Central Park Meikarta Cikarang resmi dibuka sering kali ditemukan promosi yang dilakukan pengelola untuk mengenalkan lokasi liburan tersebut, dapat ditemui di beberapa platform media sosial ataupun papan iklan di beberapa lokasi cikarang.

Konsep niat mengunjungi kembali berasal dari niat perilaku. Karena pada dasarnya suatu keinginan seseorang untuk berkunjung kembali atau tidaknya terhadap wisata yang pernah didatanginya berdasarkan kesadaran seseorang itu sendiri. Suatu pihak pengelola tempat wisata menjadi salah satu pendorong seseorang akan memberikan keputusan dalam melakukan revisit di lokasi wisata (Salim et al., 2022) Peranan sikap terhadap niat berkunjung kembali sangat berpengaruh, dikarenakan adanya suatu pengambilan keputusan yang didasari oleh keinginan dan ambisi seseorang tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Amalia, 2017) menyatakan peranan sikap berpengaruh positif terhadap niat kunjungan kembali, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Syafa, 2020) berlaku sebaliknya bahwa peranan sikap berpengaruh negatif terhadap niat kunjungan kembali. Seperti yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa pada dasarnya seluruh pengambilan putusan untuk berkunjung kembali berasal dari pengaruh yang terjadi dilingkungan tersebut. Adanya rasa penasaran atas komentar seseorang menjadikan hal tersebut sebagai alasan seseorang melakukan kunjungan dengan masukan dari orang lain.

Wisata central park meikarta saat ini sudah dikenal oleh masyarakat melalui langsung atau tidak langsung. Namun, niat mengunjungi kembali masih kurang. Hal ini dapat dilihat dari data ppengunjung ke wisata tersebut. Data pengunjung dapat dilihat dari grafik tersebut.

Gambar 1. Grafik Data Pengunjung Meikarta



Sumber: opendata.jabarprov.go.id (2021)

Grafik di atas menjelaskan tentang data pengunjung sentral park meikarta, dimana dalam data pengunjung tahun 2021 mengalami penurunan yang sangat signifikan terhadap wisatawan yang mengunjungi sentral park meikarta sedangkan wisatawan yang paling banyak mengunjungi meikarta pada tahun 2016, pihak meikarta mengemukakan konsep kota New York di tahun 2022 dengan menghadirkan sedikitnya 12 arena menarik di area Central Park seluas 105 hektar ini yang bisa dinikmati penghuninya maupun pengunjung, di antaranya jogging track, rumah hobbit, jembatan cinta, dan gembok cinta. Tersedia pula taman hewan (mini zoo), carousell, sepeda tandem, lapangan futsal rumput, taman pergola cinta, container shop, hingga large children playground. Sehingga banyak mengundang wisata untuk mengunjungi sentral park meikarta, hubungan dengan penelitian ini yaitu ingin menganalisa lebih jauh tentang meikarta melalui variable-variabel yang dapat mempengaruhi wisatawan untuk mengunjungi kembali central park meikarta.

Norma subjektif yang diberikan oleh orang lain sangat berperan penting sebagai suatu cara promosi yang mengikat orang tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Salim, 2022) menyatakan norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini,

2022) berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya karena norma subjektif berpengaruh negatif terhadap niat berkunjung kembali.

Kontrol perilaku yang dilakukan oleh seseorang terhadap estensinya dengan kehidupan orang tersebut sangatlah berpengaruh. Seseorang yang mempunyai pilihan dalam hidupnya tentu tidak akan sembarang saja dalam menentukan hal yang akan dilaluinya. Perlunya pertimbangan dan perencanaan yang tepat agar tidak kecewa terhadap pilihannya tersebut. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Salim (2022) menyatakan kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali. Berbeda hasil penelitian pada penelitian yang dilakukan oleh (Langga,2021) yang menyatakan bahwa kontrol perilaku berpengaruh negatif terhadap niat berkunjung kembali.

Setelah diketahuinya peranan sikap, norma subjektif dan control perilaku terhadap niat berkunjung kembali Wisata Central Park Meikarta melalui strategi pemasarannya, maka tentunya minat konsumen untuk berkunjung Kembali ke Taman Central Park Meikarta akan bertambah dan jumlah pengunjung Taman Central Park Meikarta akan meningkat

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Niat Mengunjungi Kembali (*Revisit Intention*)**

Niat berkunjung kembali dapat dikatakan merupakan sebuah perilaku loyalitas wisatawan akan sebuah jasa yang diterimanya. Niat berkunjung kembali merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan wisatawan untuk melakukan berkunjung kembali. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Salim (2022), mendapat temuan bahwa suatu lokasi wisata dapat terjadi fenomena *revisit* ketika seorang wisatawan mendapatkan kepuasan pengalaman saat melakukan wisata. Mengukur sebuah loyalitas wisatawan terhadap destinasi wisata memang sangat sulit untuk dilakukan, namun dengan adanya komitmen untuk berkunjung kembali ke objek wisata merupakan indikator yang tepat dalam mengukur loyalitas. Hal ini dikarenakan pengunjung wisata yang berkeinginan untuk berkunjung kembali pasti sebelumnya mengalami kepuasan dan loyalitas terhadap destinasi wisata yang dikunjunginya.

### **Sikap (*Attitude*)**

Sikap adalah perasaan, pikiran, dan kecenderungan seseorang yang kurang lebih bersifat permanen mengenal aspek-aspek tertentu dalam lingkungannya. Menurut (Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge dalam putri, 2021) menyatakan bahwa Sikap

adalah pernyataan evaluatif baik yang menyenangkan terhadap objek, individu, atau peristiwa.

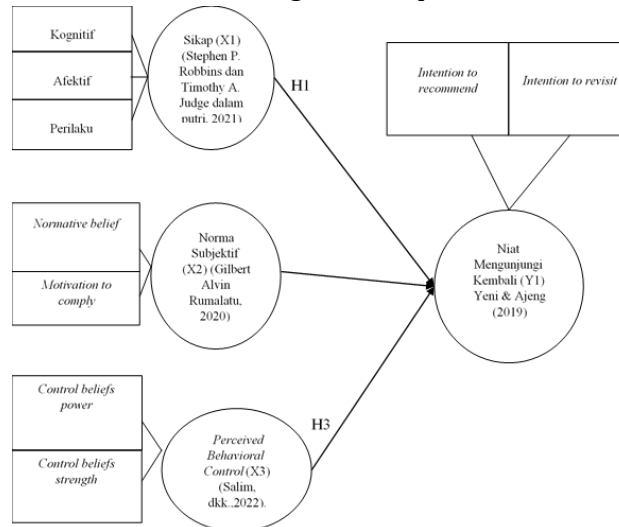
### ***Perceived Behavioral Control***

Menurut Derizal *et al.*, (2023) menjelaskan control perilaku sebagai fungsi yang didasarkan oleh belief yang disebut sebagai *control beliefs*, yaitu belief individu mengenai ada atau tidak adanya faktor yang mendukung atau menghalangi individu untuk memunculkan sebuah perilaku. Belief ini didasarkan pada pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain yang dikenal individu, dan juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Semakin individu banyak merasakan banyak faktor pendukung dan sedikit faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku maka lebih besar kontrol yang mereka rasakan atas perilaku tersebut dan begitu juga sebaliknya, semakin sedikit individu merasakan factor pendukung dan banyak faktor penghambat untuk dapat melakukan suatu perilaku, maka individu akan cenderung mempersepsikan diri sulit untuk melakukan perilaku tersebut.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini meneliti tentang tingkat kemungkinan wisatawan akan berkunjung kembali (*revisit*) ke lokasi wisata yang pernah didatanginya. Adapun dalam penelitian ini lokasi penelitian bertempat di Taman Central Park Meikarta yang dikelola oleh PT Mahkota Sentosa Utama (MSU) dan menjadi perumahan yang dikembangkan PT Lippo Cikarang Tbk. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada pengunjung Taman Central Park Meikarta.

Gambar 2. Kerangka Konsep Penelitian



Sumber: Data Primer Diolah, 2023.

Berdasarkan gambar 2 kerangka konsep diatas dapat dijelaskan bahwa didalam penelitian ini terdapat beberapa variable yaitu Niat Mengunjungi Kembali (Y) memiliki dua indicator, Sikap (X1) memiliki tiga indicator, Norma Subjektif (X2) memiliki dua indicator, dan *Perceived Behavioral* (X3) memiliki dua indikator. Indikator-indikator pada setiap variabel penelitian ini akan dijadikan pengukuran yang diolah menjadi pernyataan-pernyataan yang dicantumkan di kuesioner penelitian untuk di isi oleh beberapa responden yang memenuhi kriteria. Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan penyebaran kuesioner menggunakan Google form dengan skala penelitian 1-5 (skala Likert). Dalam penelitian ini terdapat operasional variabel sebagai bentuk pengukuran data yang akan diteliti, yaitu :

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel/Konsep	Indikator	Skala
Niat Mengunjungi Kembali (Y) (Baker & Crompton, 2000 di kutip oleh Yeni & Ajeng 2019)	- <i>Intention to Recommend</i> - <i>Intention to Revisit</i>	Skala Likert 1-5
Sikap (X1) (Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge dalam putri, 2021)	- Kognitif - Afektif	Skala Likert 1-5

Norma Subjektif (X2) (Gilbert Alvin Rumalatu, 2020)	- <i>Normative Belief</i> - <i>Motivation to Compty</i>	Skala Likert 1-5
<i>Perceived Behavioral Control</i> (X3) (Salim, dkk., 2022).	- <i>Control Beliefs Strength</i> - <i>Control Beliefs Power</i>	Skala Likert 1-5

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2023/

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, berdasarkan pilihan pernyataan responden, untuk menggambarkan persepsi responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan software SmartPLS versi 4 yang dijalankan oleh media komputer. PLS (Partial Least Square) merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbentuk varian secara simultan dapat dilakukan seperti pengujian model pengukuran bertepatan dengan pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji hipotesis dengan model prediksi).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian ini dapat dilihat dari dua Uji Hipotesis dengan Uji T yang dilakukan, sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

VARIABEL	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Sikap -> Niat Mengunjungi Kembali	0,307	0,296	0,112	2,743	0,006
Norma Subjektif -> Niat Mengunjungi Kembali	0,441	0,450	0,104	4,246	0,000
Perceived Behavior Control > Niat Mengunjungi Kembali	0,197	0,201	0,097	2,026	0,043

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2023.

### Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali (H1)

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa pada variabel sikap terhadap niat mengunjungi kembali sebesar 2,743 sedangkan t-tabel yang ditentukan sebesar 1,96

maka  $2,743 > 1,96$ , hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan sikap dapat mempengaruhi niat mengunjungi kembali seorang pengunjung.

### **Norma Subjektif Terhadap Niat Mengunjungi Kembali (H2)**

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa variabel norma subjektif terhadap niat mengunjungi kembali sebesar 4,246 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,96 maka  $4,246 > 1,96$ , hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan norma subjektif dapat mempengaruhi niat mengunjungi kembali seorang pengunjung.

### **Perceived Behavior Control Terhadap Niat Mengunjungi Kembali (H3)**

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa variabel *perceived behavior control* terhadap niat mengunjungi kembali sebesar 2,026 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,96 maka  $2,026 > 1,96$ , hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan *perceived behavior control* dapat mempengaruhi niat mengunjungi kembali seorang pengunjung.

Tabel 3. R Square

Variabel	R Square	R-Square Adjusted	Kategori
Niat Mengunjungi Kembali (Y)	0,749		Layak

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2023*

Dalam tabel diatas menunjukkan hasil bahwa R-square pada variabel niat mengunjungi kembali (Y) menunjukkan nilai 0,749, artinya nilai tersebut  $> 0,7$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut layak dan dan memenuhi kriteria dengan masuk kategori kuat.

### **Pengaruh Peranan Sikap Terhadap Niat Berkunjung Kembali**

Hasil dari hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap (X1) **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap niat mengunjungi kembali (Y) seorang pengunjung Central Park Meikarta. Hasil tersebut berdasarkan pengujian uji hipotesis dan *path coefficient* yang menunjukkan hasil t-statistik pada variabel sikap terhadap niat mengunjungi kembali sebesar 2,743 sedangkan t-tabel yang ditentukan sebesar 1,96 maka  $2,743 > 1,96$ . Maka hasil uji hipotesa 1 dinyatakan **H<sub>0</sub>1 ditolak dan H<sub>a</sub>1 diterima**. Artinya, jika peran sikap seorang pengunjung tinggi dalam mengunjungi Central Park Meikarta, maka akan mempengaruhi niat berkunjung kembali pada wisata Central Park Meikarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Rusmardiana, M., (2018) mengungkapkan bahwa peranan sikap berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali.

### **Pengaruh Peranan Norma Subjektif Terhadap Niat Berkunjung Kembali**

Hasil dari hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel norma subjektif (X2) **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap niat berkunjung kembali (Y) seorang pengunjung Central Park Meikarta. Hasil tersebut berdasarkan pengujian uji hipotesis dan *path coefficient* yang menunjukkan hasil t-statistik pada variabel norma subjektif terhadap niat mengunjungi kembali sebesar 4,246 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,96 maka  $4,246 > 1,96$ . Maka hasil uji hipotesis 2 dinyatakan **H<sub>0</sub>1 ditolak dan H<sub>a</sub>1 diterima**. artinya, jika peran norma subjektif pada pengunjung tinggi maka akan mempengaruhi niat berkunjung kembali pada wisata Central Park Meikarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Anggraini, dkk (2022) mengungkapkan bahwa peranan sikap berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali.

#### **Pengaruh Peranan *Perceived Behavior Control* Terhadap Niat Berkunjung Kembali**

Hasil dari hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived behavior control* (X3) **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap niat berkunjung kembali (Y) seorang pengunjung Central Park Meikarta. Hasil tersebut berdasarkan pengujian uji hipotesis dan *path coefficient* yang menunjukkan hasil t-statistik pada variabel *perceived behavior control* terhadap niat mengunjungi kembali sebesar 2,026 sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,96 maka  $2,026 > 1,96$ . Maka hasil uji hipotesis 3 dinyatakan **H<sub>0</sub>1 ditolak dan H<sub>a</sub>1 diterima**. artinya, jika peran *perceived behavior control* pada pengunjung tinggi maka akan mempengaruhi niat berkunjung kembali pada wisata Central Park Meikarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Sholihin, D. R., (2020) mengungkapkan bahwa peranan kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data memperoleh kesimpulan yaitu Peranan sikap seseorang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali seorang pengunjung pada Wisata Central Park Meikarta, karena semakin baik nilai terhadap sikap seseorang saat mengunjungi Central Park maka akan semakin mendorong niat berkunjung kembali pada Wisata Central Park Meikarta. Peranan norma subjektif seseorang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali pada Wisata Central Park Meikarta, karena semakin tinggi norma subjektif seseorang maka akan semakin tinggi juga niat seseorang untuk berkunjung kembali pada Wisata Central Park Meikarta. Peranan kontrol perilaku seseorang dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali pada wisata Central Park Meikarta, dikarenakan jika nilai kontrol perilaku seseorang baik maka akan mendorong seseorang untuk melakukan kunjungan kembali pada wisata Central Park Meikarta.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini Edyta Mutiara & Nono Wibisono (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Niat Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali Ke Destinasi Wisata: Studi Kasus Dago Dream Park Bandung. Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar 13(1), <https://doi.org/10.35313/irwns.v13i01.4364>
- Amelia, S. H., Novita, M. N. N. Ranny, R., AM, R. A., Rianti, E., & Lestarina, E. (2017). Konsep diri remaja dan peranan konseling. *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, 2(2), 40-47.
- Derizal et al., (2023). ANALISIS PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA LEMBAH HARAU KABUPATEN LIMA PULUH KOTA. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 9(1), 150-163.
- Kominfo.com. (2020). "Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar" <https://www.kominfo.go.id/pariwisata-sumbang-devisa-terbesar/berita> [diakses pada 18 November 2022]
- Langga, K. (2021). Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Di Pantai Nembrala Kabupaten Rote Ndao. In *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management* (Vol. 4, No. 1, pp. 97-118).
- Mirawati et al, (2020). The Effect of Personal Attitude and Subjective Norm on Entrepreneurial Interest of Biology Education Students. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmu Pendidikan: e-Saintika*, 4(3), 342-351.
- Meikarta.com. (2022). "Yuk Kunjungi Central Park Meikarta" [https://meikarta.com/discover\\_lifestyle.php](https://meikarta.com/discover_lifestyle.php) [diakses pada 18 November 2022].
- Rusmardiana, M. (2018). Pengaruh Citra Destinasi, Norma Subyektif, Dan Sikap Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Kawasan Kota Tua Di Jakarta (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Salim, U., Rahayu, M., Husein, A. S., & Bintarti, S. (2022). Istiqomah Revisit Intention: Diniyah Norms and Behavior Controls Moderated Content of Da'wah in Social Media. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 5840-5851.
- Sholihin, D. R. (2020). Pengaruh Destination Image, Attitude, Subjective Norms dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali Ke Kota Batam (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

- Stephen P. Robbins & Judge, Timothy A (2017). Essentials of organizational behavior. Pearson Education (us).
- Zeithaml, V. A. (2018). Service Quality Dimensions. Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). MC Graw Hil Education.