

PENGARUH MOTIVASI PENGUNJUNG TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* YANG DIMEDIASI KEPUASAN PADA AKTIVITAS ARUNG JERAM DI SUNGAI PALAYANGAN, PANGALENGAN

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Pariwisata

Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Oleh

Desi Erna Ramadanty

1701120

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

**PENGARUH MOTIVASI PENGUNJUNG TERHADAP BEHAVIOR
INTENTION YANG DIMEDIASI KEPUASAN PADA AKTIVITAS
ARUNG JERAM DI SUNGAI PALAYANGAN, PANGALENGAN**

Oleh
Desi Erna Ramadanty

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Desi Erna Ramadanty 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Desi Erna Ramadanty

1701120

**PENGARUH MOTIVASI PENGUNJUNG TERHADAP BEHAVIOR
INTENTION YANG DIMEDIASI KEPUASAN PADA AKTIVITAS
ARUNG JERAM DI SUNGAI PALAYANGAN, PANGALENGAN**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Rosita, S.S., M.A.

NIP. 19781019 200604 2 001

Pembimbing II



Reiza Miftah W, S.ST., M.Sc.

NIP. 19871224 201404 1 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure

Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE.

NIP. 19791215 200812 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Motivasi Pengunjung terhadap Behavior Intention yang Dimediasi Kepuasan pada Aktivitas Arung Jeram di Sungai Palayangan, Pangalengan”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan dan tidak ada di dalamnya yang merupakan plagiat dari hasil karya orang lain atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2023

Desi Erna Ramadanty

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji dan syukur penulis panjatkan pada kehadirat Allah SWT atas berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Motivasi Pengunjung terhadap Behavior Intention yang Dimediasi Kepuasan pada Aktivitas Arung Jeram di Sungai Palayangan, Pangalengan”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pariwisata pada program studi Manajemen Resort & Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia.

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua, saudara dan keluarga, para dosen dan staff serta rekan dari berbagai pihak yang ikut berkontribusi dalam memberikan arahan, dukungan dan bantuan baik secara moril, materil maupun spiritual dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Penulis telah berusaha memberikan yang terbaik dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari penyajian maupun sistematikanya. Maka dari itu penulis berharap adanya saran dan masukan yang bersifat membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan dimasa mendatang. Semoga penyusunan skripsi yang telah dijalani ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi yang membacanya. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga Allah SWT memberikan ridho kepada hamba-Nya yang selalu berusaha untuk mencari ilmu. Aamiin

Bandung, Juli 2023

Desi Erna Ramadanty

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis panjatkan karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa selama perkuliahan hingga saat menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, motivasi, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Maka dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. O Saeful Effendi, S.Ag., yang saya sebut Bapak selama ini, laki-laki yang di dadanya saya yakin memiliki rasa cinta yang hebat untuk saya tetapi terkadang tidak bisa terungkapkan dengan kata-kata yang bahkan paling sederhana. Saya memaklumi setiap bahasa cintamu, Pak. Berikut juga adalah salah satu bentuk rasa cinta saya, saya selesaikan karya tulis ini untuk kebahagiaan engkau melihat anak bungsumu meraih gelar sarjana. Terima kasih, sekali lagi, terima kasih.
2. Almh. Sri Hayat Mahayu. Seorang perempuan lulusan SMA, seorang mama yang tidak mengenyam bangku kuliah seperti anak-anaknya, namun berhasil mendidik dan menempa dengan baik. Alhamdulillah sekarang saya sudah bisa di tahap menangis bahagia karena membayangkan engkau bangga. Walaupun rasanya saya harus tertatih-tatih dan berdarah-darah karena dunia tidak pernah sama sejak kepergianmu, tapi engkau pula yang membuat saya bisa mengakhiri perjalanan ini, mama. Maha Besar Allah yang membuat dada ini selalu penuh dengan rindu padamu.
3. Rohaeni, S.Pd., seseorang yang saya tahu selalu berusaha memantaskan diri menjadi ibu bagi saya, menemani setiap perjalanan saya mendapatkan pendidikan, terima kasih banyak untuk segala dukungan moril dan materilmu.
4. Agung Pubriyanto, seseorang kakak laki-laki pertama yang penuh tanggung jawab, yang selalu berkata bahwa keluargalah tempat yang akan selalu menerima walau kita rata dengan tanah. Setelah diinjak berkali-kali sampai

ke tanah, engkau juga yang membuat saya bisa berpijak di dunia yang bising dan asing.

5. Karina Indra Dewi, S.Pd. Cintaku, selamanya. Tidak akan pernah ada yang mampu menyamai rasa cinta saya kepada kakak perempuan yang sudah dikecewakan berkali-kali namun selalu menerima dan memaafkan. Di dunia yang sering membuat saya merasa tidak berharga ini, saya menjadi bagian paling utuh ketika dipelukannya. Rasanya, saya bisa kehilangan semua hal namun tidak akan pernah baik-baik saja ketika saya kehilangan dia. Jika saya lahir kembali suatu saat nanti, saya akan tetap memilih menjadi adik dari kakak saya, Karina.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman yang berguna. Khususnya bagi Ibu Rosita, S.S., M.A. dan Bapak Reiza Miftah W, S.ST., M.Sc. selaku pembimbing saya yang telah memberikan pengarahan yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Goesti Febriana Yusup, laki-laki yang sejatinya masih 'orang lain' namun ternyata namanya dengan lantang saya tulis di lembar ini, bertaruh dengan perang batin, saya tetap tidak akan menghapus namanya. Masa depan adalah misteri, namun apapun yang terjadi nanti, menetap atau pergi, saya sangat berterima kasih karena banyak hal kecil dan besar yang membawa banyak perubahan untuk saya. Kaulah yang dengan sabar mendinginkan hati dari panasnya amarah dan ketakutan tak beralasan.
8. Kepada teman-teman saya; Jida, Devi, Renita, Thiara, Cintianisa, Ayu, teman-teman yang tidak perlu saya jelaskan betapa bahagianya saya memiliki mereka.
9. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, tidak akan pernah cukup ucapan terima kasih di kata pengantar skripsi yang sederhana ini. Saya ucapkan terima kasih untuk dukungan dan dorongan yang tidak henti-hentinya saya dapat. Saya haturkan permohonan maaf apabila saya sangat merepotkan, sungguh saya tak bermaksud untuk membuat siapapun kesusahan.

10. Terakhir, saya ucapkan terima kasih untuk diri saya sendiri. Untuk segala hal yang tidak bisa diutarakan, pujian yang tak disematkan, perasaan yang harus dikubur dalam-dalam, saya benar-benar bangga dan bahagia bisa melewati masa kelam. *Thank you for making this awesome. Once again, you really deserve the world.*

ABSTRAK

Desi Erna Ramadanty. (2023). *Pengaruh Motivasi Pengunjung terhadap Behavior Intention yang Dimediasi Kepuasan pada Aktivitas Arung Jeram di Sungai Palayangan, Pangalengan*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji peran kepuasan sebagai mediator dalam hubungan antara motivasi pengunjung dengan *behavior intention* pengunjung dalam aktivitas arung jeram dengan mengambil latar tempat pada Sungai Palayangan, Pangalengan. Sampel penelitian ini merupakan pengunjung yang mencoba aktivitas arung jeram di Sungai Palayangan sejumlah 122 responden. Sampel dikumpulkan dengan metode *purposive sample*. Data yang telah dikumpulkan lalu dianalisis menggunakan metode analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi pengunjung berpengaruh secara langsung terhadap *behavior intention* di aktivitas arung jeram Sungai Palayangan. Selain itu, kepuasan pengunjung berperan sebagai variabel *intervening* dari pengaruh motivasi pengunjung terhadap *behavior intention* pengunjung. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi pengunjung mendorong pengunjung untuk terlibat dalam aktivitas arung jeram yang selanjutnya berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung yang dinilai berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan aktivitas arung jeram. Selanjutnya, kepuasan pengunjung menjadi faktor kritis yang memengaruhi sejauh mana motivasi tersebut berdampak pada *behavioral intention*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi pengelola aktivitas arung jeram di Sungai Palayangan untuk dapat mempertimbangkan sisi permintaan pengunjung yang tercerminkan dari perilaku mereka terhadap aktivitas arung jeram.

Kata Kunci: Motivasi Pengunjung, Kepuasan Pengunjung, Behavior Intention, Arung Jeram

ABSTRACT

Desi Erna Ramadanty. (2023). *The Influence of Visitor Motivation towards Behavior Intention mediated by Visitor Satisfaction on Rafting Activities on the Palayangan River, Pangalengan*. Universitas Pendidikan Indonesia.

This study aims to examine the role of satisfaction as a mediator in the relationship between visitor motivation and visitor intention behavior in rafting activities by taking a place on the Palayangan River, Pangalengan. The sample of this study were visitors who tried rafting activities on the Palayangan River with a total of 122 respondents. Samples were collected by purposive sample method. The data that has been collected is then analyzed using the path analysis method. The results of the study show that visitor motivation has a direct effect on behavior intention in the Palayangan River rafting activity. In addition, visitor satisfaction acts as an intervening variable from the influence of visitor motivation on visitor behavior intention. Based on this, it can be concluded that visitor motivation encourages visitors to be involved in rafting activities which in turn affects visitor satisfaction which is judged based on their experience in rafting activities. Furthermore, visitor satisfaction is a critical factor that influences the extent to which this motivation has an impact on behavioral intention. This research is expected to be a recommendation for rafting activity managers on the Palayangan River to be able to consider the demand side of visitors which is reflected in their behavior towards rafting activities.

Keywords: *Visitor Motivation, Visitor Satisfaction, Behavior Intention, Rafting*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana).....	10
2.2. Motivasi Pengunjung.....	11
2.3. Kepuasan Pengunjung	13
2.4. <i>Behavior Intention</i>	14
2.5. Penelitian Terdahulu	15
2.6. Kerangka Pemikiran.....	19
2.7. Hipotesis Penelitian.....	19
1. Pengaruh Motivasi Pengunjung terhadap Kepuasan Pengunjung .	20
2. Pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .	20
3. Pengaruh Motivasi Pengunjung terhadap <i>Behavioral Intentions</i> ..	21
4. Pengaruh Motivasi Pengunjung terhadap <i>Behavioral Intentions</i> melalui Kepuasan Pengunjung	22

BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Lokasi Penelitian.....	23
3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	23
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.5. Jenis dan Sumber Data	27
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7. Instrumen Penelitian.....	28
3.8. Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.8.1. Uji Validitas.....	28
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	31
3.9. Teknik Analisis Data.....	31
3.9.1. Analisis Deskriptif.....	32
3.9.2. Analisis Verifikatif	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Arung Jeram di Sungai Palayangan.....	37
4.2. Profil Responden.....	41
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi	41
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pola Kunjungan.....	42
4.3. Deskriptif Tingkat Motivasi, Kepuasan, dan <i>Behavior Intention</i>	44
4.3.1. Motivasi Pengunjung.....	44
4.3.2. Kepuasan Pengunjung	50
4.3.3. <i>Behavior Intention</i>	51
4.4. Hasil Analisis Verifikatif	55
4.4.1. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
4.4.2. Hasil Uji Hipotesis.....	56
4.5. Pembahasan.....	63
1. Pengaruh Motivasi Pengunjung terhadap Kepuasan Pengunjung .	63
2. Pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap <i>Behavioral Intentions</i> .	64
3. Pengaruh Motivasi Pengunjung terhadap <i>Behavioral Intentions</i> ..	65

4. Pengaruh Motivasi Pengunjung terhadap <i>Behavioral Intentions</i> melalui Kepuasan Pengunjung	66
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, & SARAN	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Keterbatasan Studi.....	70
5.3. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel.....	25
Tabel 3.2.	Skala Likert	28
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas Motivasi Pengunjung (X)	29
Tabel 3.4.	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengunjung	30
Tabel 3.5.	Hasil Uji Validitas <i>Behavior Intention</i>	30
Tabel 3.6.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	31
Tabel 3.7.	Pedoman Interpretasi Kategori Skor Tanggapan Responden.....	32
Tabel 3.8.	Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi.....	36
Tabel 4.1.	Profil Responden Berdasarkan Demografi.....	41
Tabel 4.2.	Pola Kunjungan Responden	43
Tabel 4.3.	Hasil Analisis Deskriptif Dimensi <i>Thrill</i>	44
Tabel 4.4.	Hasil Analisis Deskriptif Dimensi <i>Nature</i>	45
Tabel 4.5.	Hasil Analisis Deskriptif Dimensi <i>Physical Activity</i>	46
Tabel 4.6.	Hasil Analisis Deskriptif Dimensi <i>Escape</i>	47
Tabel 4.7.	Hasil Analisis Deskriptif Dimensi <i>Socialization</i>	48
Tabel 4.8.	Rekapitulasi Deskriptif Variabel Motivasi Pengunjung.....	49
Tabel 4.9.	Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pengunjung	50
Tabel 4.10.	Hasil Analisis Deskriptif Dimensi <i>Revisit Intention</i>	51
Tabel 4.11.	Hasil Analisis Deskriptif Dimensi <i>Word of Mouth</i>	52
Tabel 4.12.	Rekapitulasi Deskriptif Variabel <i>Behavior Intention</i>	53
Tabel 4.13.	Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.14.	Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.15.	Hasil Uji t (Parsial) Persamaan Pertama	56
Tabel 4.16.	Hasil Uji <i>R-squared</i> Persamaan Pertama	57
Tabel 4.17.	Hasil Uji t (Parsial) Persamaan Kedua	58
Tabel 4.18.	Hasil Uji F (Simultan) Persamaan Kedua	59
Tabel 4.19.	Hasil Uji <i>R-squared</i> Persamaan Kedua	59
Tabel 4.20.	Hasil Uji Sobel	62
Tabel 4.21.	Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Model <i>Theory Planned of Behavior</i>	10
Gambar 2.2.	Kerangka Konseptual Penelitian	19
Gambar 3.1.	Garis Kontinum Penelitian	33
Gambar 3.2.	Model Analisis Jalur	34
Gambar 4.1.	Titik Awal Aktivitas Arung Jeram Sungai Palayangan.....	37
Gambar 4.2.	Titik Akhir Aktivitas Arung Jeram Sungai Palayangan.....	38
Gambar 4.3.	Fasilitas Makanan dan Minuman di Situ Cileunca.....	39
Gambar 4.4.	Fasilitas Kamar Mandi di Situ Cileunca.....	39
Gambar 4.5.	Fasilitas Lahan Parkir di Situ Cileunca	40
Gambar 4.6.	Fasilitas Ibadah di Situ Cileunca	40
Gambar 4.7.	Garis Kontinum Penelitian	33
Gambar 4.8.	Garis Kontinum Dimensi <i>Thrill</i>	44
Gambar 4.9.	Garis Kontinum Dimensi <i>Nature</i>	45
Gambar 4.10.	Garis Kontinum Dimensi <i>Physical Activity</i>	46
Gambar 4.11.	Garis Kontinum Dimensi <i>Escape</i>	47
Gambar 4.12.	Garis Kontinum Dimensi <i>Socialization</i>	48
Gambar 4.13.	Garis Kontinum Variabel Motivasi Pengunjung	49
Gambar 4.14.	Garis Kontinum Variabel Kepuasan Pengunjung.....	50
Gambar 4.15.	Garis Kontinum Dimensi <i>Revisit Intention</i>	52
Gambar 4.16.	Garis Kontinum Dimensi <i>Word of Mouth</i>	53
Gambar 4.17.	Garis Kontinum Variabel <i>Behavior Intention</i>	54
Gambar 4.18.	Hasil Model Persamaan Jalur	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	80
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian	83
Lampiran 3. Hasil Uji dengan SPSS	86
Lampiran 4. Catatan Bimbingan Penelitian	90
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian	91
Lampiran 6. Riwayat Hidup Penulis	92

DAFTAR PUSTAKA

- Acquah, E., Dearden, P., & Rollins, R. (2016). Nature-based tourism in Mole National Park, Ghana. *African Geographical Review*, 35(1), 53–69. <https://doi.org/10.1080/19376812.2015.1088389>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Volume 50, Issue 2, Pages 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Albayrak, T., & Caber, M. (2018). A motivation-based segmentation of holiday tourists participating in white-water rafting. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9, 64–71. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.11.001>
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 85–100. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>.
- Ardani, W., Rahyuda, K., & Giantari, I. G., & Sukaatmadja, P. (2019). Customer Satisfaction and Behavioral Intentions in Tourism: A Literature Review. *International Journal of Applied Business and International Management*. 4. 84-93. 10.32535/ijabim.v4i3.686.
- Baptista, E., Saldanha, E., & Vong, M. (2020). The mediating effect of tourist satisfaction among pull and push factors on tourists' behavioural intentions; the study case of international tourists in Dili, Timor-Leste. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 2. <https://doi.org/10.51703/bm.v2i2.9>
- Battour, M. M., Battor, M. M., & Ismail, M. (2012). The Mediating Role of Tourist Satisfaction: A Study of Muslim Tourists in Malaysia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(3), 279–297. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.666174>
- Bayih BE, Singh A. (2020). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction, and tourist behavioral intentions. *Heliyon*.
- Beard, C., Swarbrooke, J., Leckie, S., & Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism: The new frontier*. (1st ed.). Routledge.

- Beckman, E., Whaley, J. E., & Kim, Y. K. (2017). Motivations and Experiences of Whitewater Rafting Tourists on the Ocoee River, USA. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 257–267. <https://doi.org/10.1002/jtr.2109>
- Bichler, B. F., & Peters, M. (2021). Soft adventure motivation: an exploratory study of hiking tourism. *Tourism Review*, 76(2), 473–488. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2019-0403>
- Buckley, R. (2011). *Adventure tourism management*. Routledge.
- Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox. *Tourism Management*, 33(4), 961–970. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.002>
- Buckley, R., McDonald, K., Duan, L., Sun, L., & Chen, L. X. (2014). Chinese model for mass adventure tourism. *Tourism Management*, 44, 5–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.021>
- Carnicelli-Filho, S., Schwartz, G. M., & Tahara, A. K. (2010). Fear and adventure tourism in Brazil. *Tourism Management*, 31(6), 953–956. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.013>
- Cavusoglu, F., & Avcıkurt, C. (2021). The Relationship between Personal Traits, Travel Motivation, Perceived Value and Behavioural Intention of Tourists Participating in Adventure Activities. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 11(2), 391–415. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5831677>
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29–35. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- Chen, G., & Xiao, H. (2013). Motivations Of Repeat Visits: A Longitudinal Study in Xiamen, China. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 350–364. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.784152>
- Chi, C. G.-Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624–636. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.007>

- del Bosque, I. R., & Martín, H. S. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 551–573. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.02.006>
- Dodds, R., & Jolliffe, L. (2016). *Experiential Tourism: Creating and Marketing Tourism Attraction Experiences*.
- Ewert, A., Gilbertson, K., Luo, Y.-C., & Voight, A. (2013). Beyond “Because It’s There.” *Journal of Leisure Research*, 45(1), 91–111. <https://doi.org/10.18666/jlr-2013-v45-i1-2944>
- Fluker, M. R., & Turner, L. W. (2000). Needs, Motivations, and Expectations of a Commercial Whitewater Rafting Experience. *Journal of Travel Research*, 38(4), 380–389. <https://doi.org/10.1177/004728750003800406>
- Gaya, E. (2013). *Understanding motivation of visitors at dark tourism sites : Case study of August 7th Memorial Park, Kenya*. Haaga-Helia University.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giddy, J. (2018). Adventure Tourism Motivations: A push and pull factor approach. *Bulletin of Geography. Socio-Economic Series*, 42, 47–58. <https://doi.org/10.2478/bog-2018-0030>
- Giddy, J. K., & Webb, N. L. (2016). The influence of the environment on motivations to participate in adventure tourism: The case of the Tsitsikamma. *South African Geographical Journal*, 98(2), 351–366. <https://doi.org/10.1080/03736245.2015.1028990>
- Han, H., & Hyun, S. S. (2018). Role of motivations for luxury cruise traveling, satisfaction, and involvement in building traveler loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, 70, 75–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.024>
- He, X. & Luo, J.M. (2020). Relationship among Travel Motivation, Satisfaction and Revisit Intention of Skiers: A Case Study on the Tourists of Urumqi Silk Road Ski Resort. *Administrative Sciences*. 10, 56. <https://doi.org/10.3390/admsci10030056>
- Jin, X., Xiang, Y., Weber, K., & Liu, Y. (2019). Motivation and involvement in adventure tourism activities: a Chinese tourists’ perspective. *Asia Pacific*

- Journal of Tourism Research*, 24(11), 1066–1078.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1666152>
- Kerr, J. H., & Houge Mackenzie, S. (2012). Multiple motives for participating in adventure sports. *Psychology of Sport and Exercise*, 13(5), 649–657.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2012.04.002>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Lai, E. R. (2011). *Motivation: A Literature Review*. Pearson Research Report.
- Lawton, L., & Weaver, D. (2001). Nature-based tourism and ecotourism. In B. Faulkner, G. Moscardo, & E. Laws (Eds.), *Tourism in the twenty-first century: reflections on experience*. Continuum.
- Lee, N. R. & Kotler, P. (2011). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*. US: Sage Publication, Inc.
- Lynch, P., & Dibben, M. (2016). Exploring motivations for adventure recreation events: a New Zealand study. *Annals of Leisure Research*, 19(1), 80–97.
<https://doi.org/10.1080/11745398.2015.1031804>
- Mackenzie, S. H., Hodge, K., & Boyes, M. (2011). Expanding the Flow Model in Adventure Activities: A Reversal Theory Perspective. *Journal of Leisure Research*, 43(4), 519–544. <https://doi.org/10.1080/00222216.2011.11950248>
- Manning, R. E. (2011). *Studies in Outdoor Recreation: Search and Research for Satisfaction*. Oregon State University Press.
- Mason, M. C., & Moretti, A. (2015). Antecedents and moderators of golf tourists' behavioral intentions: An empirical study in a Mediterranean destination. *EuroMed Journal of Business*, 10, 338–359. <https://doi.org/10.1108/EMJB-10-2014-0033>
- McKay, T. (2014). White water adventure tourism on the Ash River, South Africa. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 20, 52–75.
- Meleddu, M., Paci, R., & Pulina, M. (2015). Repeated behaviour and destination loyalty. *Tourism Management*, 50, 159–171.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.032>

- Michael, N., Wien, C., & Reisinger, Y. (2017). Push and pull escape travel motivations of Emirati nationals to Australia. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, *11*, 0. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2016-0039>
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrun, P., Seebaluck, N. v, & Janvier, S. (2015). Investigating the Motivation of Baby Boomers for Adventure Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *175*, 244–251. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1197>
- Narimawati, U. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Agung Media.
- Needham, M., Rollins, R., Ceurvorst, R., Wood, C., Grimm, K., & Dearden, P. (2011). Motivations and Normative Evaluations of Summer Visitors at an Alpine Ski Area. *Journal of Travel Research*, *50*, 669–684. <https://doi.org/10.1177/0047287510382298>
- Oppewal, H., Huybers, T., & Crouch, G. I. (2015). Tourist destination and experience choice: A choice experimental analysis of decision sequence effects. *Tourism Management*, *48*, 467–476. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.016>
- Özer, G. & Yilmaz, E. (2011). Comparison of the Theory of Reasoned Action and the Theory of Planned Behavior: An Application on Accountants' Information Technology Usage. *African Journal of Business Management*, Vol. 5, No. 1, pp. 50-58.
- Park, J.-Y., & Jang, S. (Shawn). (2013). Confused by too many choices? Choice overload in tourism. *Tourism Management*, *35*, 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.05.004>
- Pomfret, G., & Bramwell, B. (2016). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: a review and analysis. *Current Issues in Tourism*, *19*(14), 1447–1478. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.925430>
- Ponte J., Couto G., Sousa, Pimentel P, Oliveira A. (2021). Idealizing Adventure Tourism Experiences: Tourists' Self-Assessment and Expectations. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* *35*: 100379.

- Pratminingsih, S., Rudatin, C. L., & Rimenda, T. (2014). Roles of Motivation and Destination Image in Predicting Tourist Revisit Intention: A Case of Bandung-Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5, 19–24.
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding behavioral intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 118–127. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.05.001>
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Gava Media.
- Riduwan, A. (2007). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Alfabeta.
- Ryu, K., Han, H., & Kim, T.-H. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 459–469. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.11.001>
- Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, E. (2020). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat*. Gosyen Publishing.
- Sato, S., Kim, H., Buning, R. J., & Harada, M. (2018). Adventure tourism motivation and destination loyalty: A comparison of decision and non-decision makers. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 74–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.12.003>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behavior* (8th ed.). Pearson.
- Schneider, P. P., & Vogt, C. A. (2012). Applying the 3M Model of Personality and Motivation to Adventure Travelers. *Journal of Travel Research*, 51(6), 704–716. <https://doi.org/10.1177/0047287512451134>
- Sommer, L. (2011). The Theory Of Planned Behaviour And The Impact Of Past Behaviour. *The International Business & Economics Research Journal*, 10, 91–110. <https://doi.org/10.19030/iber.v10i1.930>
- Sotomayor, S., & Barbieri, C. (2016). An Exploratory Examination of Serious Surfers: Implications for the Surf Tourism Industry. *International Journal of*

Tourism Research, 18(1), 62–73.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jtr.2033>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sulaiman, M. Z., & Wilson, R. (2019). *Translation and Tourism*. Springer.

Tamzil, G. (2021). *Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Wisata Arung Jeram di Sungai Palayangan, Pangalengan Pangalengan Kabupaten Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.

UNWTO. (2017). *United Nations World Tourism Organization Annual Report 2016*.

Varley, P. (2006). Confecting adventure and playing with meaning: The adventure commodification continuum. *Journal of Sport and Tourism*, 11(2), 173–194.
<https://doi.org/10.1080/14775080601155217>