



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v7i5>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Respon Emosional sebagai Prediktor Pariwisata yang Bertanggung Jawab: Sebuah Model Menggunakan Konektivitas Lingkungan

Andien Agustin¹, Yosef Abdul Ghani²

¹Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional, Bandung, Indonesia, andienagustin@icloud.com

²Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional, Bandung, Indonesia, yosef.ghani@ars.ac.id

Corresponding Author: andienagustin@icloud.com¹

Abstract: *The rising number of visits to natural destinations such as Kawah Putih and Mount Tangkuban Perahu brings economic benefits but also place pressure on environmental carrying capacity, calling for more responsible tourist behavior. Prior studies on responsible tourism behavior have largely relied on rational approaches, while the role of tourists emosional experience and their connection to nature remains underexplored in Indonesian natural destinations. This study aims to examine the influence of tourists emotional response on responsible tourism behavior, with connectedness to nature serving as a linking variable. A quantitative approach was applied by distributing questionnaires to 214 tourist at both destinations, and the data were analyzed using structural equation modeling. The results show that emotional response significantly influesnces both tourists connectedness to nature and their responsible behavior, with connectedness partially strengthening this influence. The novelty of study lies in a model that links emotion, connectedness to nature, tourist behavior in a sequential manner, enriching the understanding of sustainable tourism in natural destinastions facing high visitor pressure.*

Keywords: *Emotional Response, Environmental Connectedness, Responsible Tourism Behavior, Sustainable Tourism, Natural Destination*

Abstrak: Peningkatan kunjungan wisatawan ke destinasi alam seperti Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu memberi manfaat ekonomi, namun juga menimbulkan tekanan terhadap daya dukung lingkungan sehingga menuntut perilaku wisatawan yang lebih bertanggung jawab. Penelitian terdahulu mengenai perilaku pariwisata yang bertanggung jawab lebih banyak bertumpu pada pendekatan rasional, sedangkan peran pengalaman emosional wisatawan dan keterhubungannya dengan alam masih jarang diteliti pada destinasi alam di Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh respon emosional wisatawan terhadap perilaku pariwisata yang bertanggung jawab, dengan keterhubungan emosional terhadap alam sebagai variabel penghubung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 214 wisatawan di kedua destinasi, kemudian data diolah menggunakan pemodelan persamaan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon emosional berpengaruh signifikan terhadap keterhubungan tersebut berperan sebagai

penghubung yang memperkuat pengaruh tersebut secara parsial. Kebaruan penelitian ini terletak pada model yang menghubungkan emosi, keterhubungan dengan alam, dan perilaku wisatawan secara berjenjang, sehingga memperkaya pemahaman mengenai pariwisata berkelanjutan pada destinasi alam dengan tekanan kunjungan tinggi.

Kata Kunci: Respon Emosional, Keterhubungan Lingkungan, Perilaku Pariwisata Bertanggung Jawab, Pariwisata Berkelanjutan, Destinasi Alam

PENDAHULUAN

Fenomena overtourism di berbagai negara seperti Spanyol menunjukkan bahwa peningkatan jumlah wisatawan tidak hanya memberi manfaat ekonomi, tetapi juga memicu degradasi lingkungan dan penurunan kualitas hidup masyarakat lokal (Bouchagour et al., 2025; Foronda-Robles et al., 2025). Kondisi ini turut menjadi tantangan bagi Indonesia, khususnya di Bandung Raya, pada destinasi Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu mencatat puluhan ribu kunjungan pada periode liburan dengan rata-rata 4.700 – 10.000 wisatawan per hari sehingga meningkatkan tekanan terhadap daya dukung lingkungan (Hendri et al., 2024). Di Gunung Tangkuban Perahu sendiri, tingginya daya tarik wisata belum diimbangi kepuasan pengunjung yang optimal (Rizki et al., 2025). Sejalan pula dengan temuan (Kajian et al., 2023) bahwa pertumbuhan industri pariwisata dan perhotelan di Kota Bandung turut membebani sumber daya alam setempat sehingga keterlibatan wisatawan melalui perilaku pro-lingkungan menjadi penentu keberlanjutan destinasi.

Tekanan kunjungan tinggi pada destinasi alam bukan hal baru dalam penelitian pariwisata Indonesia (Djabbar et al., 2025; Septiarini & Adialita, 2025) menunjukkan bahwa perilaku dan niat berkunjung wisatawan ke destinasi ekowisata banyak dipengaruhi oleh identitas lingkungan dan pengalaman yang dirasakan yang dirasakan. (Hudiono, 2024) memperkuat gambaran ini dengan menemukan bahwa preferensi wisatawan muda lebih dipengaruhi faktor edukasi dan pengalaman ketimbang fasilitas fisik semata, sejalan dengan itu, (Aprianti & Ferdian, 2025) menegaskan bahwa kepuasan dan pengalaman emosional selama kunjungan menjadi determinan yang lebih menentukan minat berkunjung ulang dibandingkan sekedar daya tarik fisik destinasi. Rangkaian temuan ini memperkuat dugaan bahwa aspek emosional wisatawan berperan besar, namun sering kali kurang mendapat perhatian dalam pengelolaan destinasi alam dengan tekanan kunjungan tinggi seperti Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu.

Penelitian mengenai Responsible Tourism Behavior selama ini bertumpu pada Theory of Planned Behavior (TPB), Value Belief Norm Theory (VBN), dan Norm Activation Model (NAM), yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma, dan kontrol perilaku. Ketiga teori tersebut lebih menitikberatkan pada aspek rasional sehingga belum sepenuhnya menjelaskan peran pengalaman emosional wisatawan dan mendorong perilaku bertanggung jawab (Hendri et al., 2024; Rizki et al., 2025). (Guazzini et al., 2025), melalui tinjauan statistik menunjukkan bahwa keterhubungan seseorang dengan alam (*connectedness to nature*) berkontribusi konsisten terhadap perilaku pro-lingkungan, sementara (Peng et al., 2025) membuktikan bahwa rasa kagum (*awe*) terhadap alam menjadi salah satu pendorong utama keterlibatan lingkungan wisatawan di destinasi berbasis alam. (Li et al., 2023) memperkuat model ini dengan menunjukkan bahwa perilaku pro-lingkungan wisatawan dapat dibentuk melalui pengalaman emosional yang dirancang secara sengaja oleh pengelola destinasi. Temuan serupa juga dilaporkan (Jiang et al., 2022; Yan et al., 2024) yang masing – masing menunjukkan bahwa rasa kagum dan persepsi lingkungan menjadi penting perilaku wisatawan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. (Su et al., 2025; Tang et al., 2025) menegaskan bahwa kerangka emosional dan normatif yang terintegrasi mampu mendorong niat

pro-lingkungan wisatawan di destinasi ekowisata, sementara (Wang et al., 2026) menunjukkan bahwa empati terhadap alam turut memperkuat niat perilaku bertanggung jawab pada wisata alam. Berbagai upaya pengelolaan destinasi berbasis fasilitas semata terbukti belum cukup membentuk perilaku tersebut, sehingga faktor psikologis wisatawan perlu turut dipertimbangkan, meskipun penelitian yang menguji respon emosional dan konektivitas lingkungan pada destinasi alam di Indonesia masih terbatas.

Selain aspek psikologis internal, keputusan berkunjung wisatawan juga tidak lepas dari pengaruh eksternal seperti promosi digital (Ghani et al., 2024) menunjukkan bahwa keputusan berkunjung wisatawan kerap didorong oleh daya tarik visual dan rasa penasaran di media sosial sehingga memunculkan fenomena pengunjung "semu" yang datang bukan atas dasar pertimbangan rasional terhadap manfaat destinasi. Pola serupa tampak pada strategi pemasaran berbasis Instagram yang diteliti (Abdul Ghani et al., 2024) di mana ketertarikan emosional terhadap konten visual destinasi terbukti mampu menggerakkan minat berkunjung wisatawan. Hal ini sejalan dengan temuan (Hamzah et al., 2022) yang menunjukkan bahwa pembentukan citra destinasi (*brand destination*) berbasis konten kreatif dan media sosial menjadi penting bagi objek wisata budaya yang belum dikenal luas.

Keterhubungan emosional wisatawan terhadap suatu tempat juga berkaitan erat dengan cara destinasi dikelola secara berkelanjutan. (Shallomitha & Syarifuddin, 2025) menunjukkan bahwa keterikatan sosial wisatawan dapat tumbuh melalui interaksi budaya yang bermakna, namun keterikatan tersebut tidak terwujud tanpa manajemen risiko lingkungan yang memadai, sebagaimana ditegaskan (Layla & Syarifuddin, 2025). Kondisi ini semakin relevan bila dikaitkan dengan tantangan destinasi berbasis potensi lokal, (Mutiarasari et al., 2024) yang menunjukkan bahwa kenaikan kunjungan tanpa diimbangi kesiapan fasilitas dan kesadaran lingkungan dapat menambah tekanan terhadap daya dukung destinasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh respon emosional terhadap *Responsible Tourism Behavior* dengan konektivitas lingkungan sebagai variabel mediasi pada wisatawan Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu. Kebaruan penelitian ini terletak pada model emosi-konektivitas-perilaku yang memperluas paradigma *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), dengan menekankan *Responsible Tourism Behavior* sebagai perilaku wisatawan yang diuji secara empiris. Penelitian ini diharapkan memperkaya literatur pariwisata berkelanjutan melalui bukti kontekstual dari negara berkembang, sekaligus memberi manfaat bagi pengelola destinasi dalam merancang pengalaman wisatawan yang membangkitkan respon emosional positif, sehingga mendorong perilaku wisatawan yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan dan budaya setempat. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan antara respon emosional wisatawan dan tingkat konektivitas lingkungan yang dirasakan?
2. Sejauh mana respon emosional wisatawan berpengaruh terhadap perilaku pariwisata yang bertanggung jawab?
3. Bagaimana pengaruh konektivitas lingkungan terhadap perilaku pariwisata yang bertanggung jawab?
4. Apakah konektivitas lingkungan berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara respon emosional wisatawan dan perilaku pariwisata yang bertanggung jawab?

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk melihat bagaimana respon emosional yang dirasakan wisatawan dapat memengaruhi perilaku pariwisata yang bertanggung jawab (*Responsible Tourism Behavior*), dengan konektivitas lingkungan berperan sebagai penghubung antara keduanya (Ali, 2022; Maidiana, 2021). Objek penelitian adalah

wisatawan Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu di Bandung Raya, dengan data primer dihimpun pada tahun 2026 melalui kuesioner daring berbasis Google Form.

Populasi penelitian mencakup seluruh wisatawan kedua destinasi tersebut (Siti Fatimah Rambe, 2021), dengan sampel sebanyak 214 responden yang ditentukan berdasarkan pedoman *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), yaitu 5 hingga 10 kali jumlah item indikator (Hair, 2022). Instrumen penelitian terdiri atas 38 item pernyataan ($k = 38$), sehingga jumlah sampel yang direkomendasikan berkisar 190 – 380 responden, dan jumlah 214 responden telah memenuhi syarat kecukupan tersebut.

$$n_{\min} = k \times 5$$

$$n_{\min} = k \times 10$$

Penelitian ini mengukur tiga variabel, yaitu respon emosional (X), konektivitas lingkungan (M), dan perilaku pariwisata yang bertanggung jawab (Y) (Djabbar et al., 2025; Peng et al., 2025; Wang et al., 2026), yang diukur menggunakan skala Likert lima poin. Konektivitas lingkungan diposisikan sebagai mediator antara respon emosional dan perilaku pariwisata yang bertanggung jawab, sebagaimana digambarkan dalam kerangka pemikiran berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahapan tabulasi dan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2020), didahului dengan uji validitas untuk memastikan ketetapan alat ukur (Sanaky, 2021; Slamet & Wahyuningsih, 2022) dan uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi hasil pengukuran (Rosita et al., 2021; Slamet & Wahyuningsih, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, terdapat beberapa karakteristik untuk responden yang telah mengisi kuesioner seperti usia, jenis kelamin, dan pernah berkunjung ke Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
17 – 20	22	10,3%
20 – 25	112	52,3%
26 – 30	33	15,4%
31 >	47	22%

Data Diolah : Google Form Kuesioner 2026

Tabel 1 menunjukkan dari segi usia, yang berkunjung ke Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu sebagian besar responden yaitu 112 orang (52,3%) berada pada rentang usia 20-25 tahun, yang menunjukkan bahwa Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu mayoritas yang berkunjung berusia muda.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Laki – laki	96	44,9%

Perempuan	118	55,1%
-----------	-----	-------

Data Diolah : Google Form Kuesioner 2026

Tabel 2 menunjukkan mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 118 orang (55,1%), sedangkan laki – laki berjumlah 96 orang (44,9%).

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Pernah Berkunjung ke Kawah Putih

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Pernah	214	100%
Tidak Pernah	0	0%

Data Diolah : Google Form Kuesioner 2026

Sementara itu, pada Tabel 3 berdasarkan pernah berkunjung ke Kawah Putih mayoritas responden yaitu 214 orang (100%) pernah berkunjung ke destinasi Kawah Putih.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung ke Gunung Tangkuban Perahu

Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Pernah	214	100%
Tidak Pernah	0	0%

Data Diolah : Google Form Kuesioner 2026

Dari Tabel 4 berdasarkan pernah berkunjung ke Gunung Tangkuban Perahu mayoritas responden yaitu 134 orang (100%) pernah berkunjung ke destinasi Gunung Tangkuban Perahu.

Tanggapan Respon Mengenai Variabel Respon Emosional

Hasil reputasi analisis deskriptif terhadap seluruh pernyataan variabel Respon Emosional (X) disajikan pada Tabel 5.

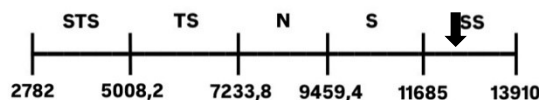
Tabel 5. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Respon Emosional (X)

No	Pernyataan	Skor
1	Pemandangan alam Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu membuat saya kagum	1004
2	Saya merasakan pengalaman emosional yang mendalam saat menikmati keindahan alam di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	937
3	Kunjungan ke Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu menyentuh perasaan saya	927
4	Keindahan alam di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu membuat saya lebih menghargai alam	993
5	Saya merasa rendah hati saat berada di tengah keindahan alam Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	938
6	Saya bangga ketika saya bertindak dengan cara mendukung kelestarian alam	984
7	Saya merasa nyaman selama berada di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	973
8	Saya memperoleh pengalaman yang menyenangkan selama berada di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	974
9	Saya suka menghabiskan waktu di alam terbuka seperti Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	984
10	Saya senang berwisata di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	959
11	Kunjungan ke kawah putih dan gunung tangkuban perahu sesuai dengan yang saya harapkan	955
12	Berada di alam terbuka membuat hati saya lebih tenang ketika saya merasa sedih	982
13	Saya percaya menghabiskan waktu di alam membantu mengurangi stres	991
Total		12601

Data Diolah : Google Form Kuesioner 2026

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai minimal 2782 dan nilai maksimal 13910. Rentang tersebut selanjutnya dibagi menjadi 5 kelas dengan masing – masing memiliki interval 2225,6. Dengan demikian, nilai kelas meliputi 2782, 5008,2, 7233,8,

9459,4, 11685, dan 13910. Skor selanjutnya digambarkan dalam garis daerah kontinum sebagai berikut.



Keterangan : STS: Sangat Tidak Setuju; TS: Tidak Setuju; N: Netral; S: Setuju; SS: Sangat Setuju

Gambar 2. Penelitian Variabel Respon Emosional (X)

Gambar 2 menunjukkan penilaian variabel Respon Emosional pada garis daerah kontinum. Total skor tanggapan responden terhadap Respon Emosional sebesar 12601 dan mendapat kategori “Sangat Setuju”. Dengan demikian, Pengunjung Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu merasa Respon Emosional sudah baik.

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pariwisata yang Bertanggung Jawab (Y)

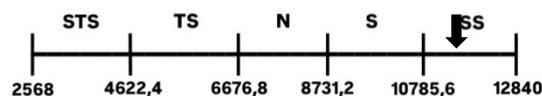
Hasil rekapitulasi analisis deskriptif terhadap seluruh pernyataan variabel Pariwisata yang Bertanggung Jawab (Y) disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Pariwisata yang Bertanggung Jawab (Y)

No	Pernyataan	Skor
1	Saya tidak membuang sampah sembarangan saat berwisata	985
2	Saya selalu membuang sampah pada tempat yang disediakan	975
3	Saya menghindari tindakan yang dapat mencemari lingkungan Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	983
4	Saya menjaga kebersihan area Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu selama berkunjung	962
5	Saya tidak melakukan tindakan yang dapat merusak fasilitas Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	996
6	Saya menghindari tindakan yang dapat mengganggu kenyamanan pengunjung lain selama berada di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	987
7	Saya mematuhi larangan yang berlaku di kawah putih dan Gunung Tangkuban Perahu	983
8	Saya mengikuti aturan yang ditetapkan pengelola Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	971
9	Saya tidak melanggar aturan yang berlaku di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	989
10	Saya mengikuti aturan demi menjaga kelestarian Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	980
11	Saya mendukung upaya pelestarian lingkungan alam di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	984
12	Saya merasa bertanggung jawab untuk mendukung pelestarian alam	985
Total		11780

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2026

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai minimal 2568 dan nilai maksimal 12840. Rentang tersebut selanjutnya dibagi menjadi 5 kelas dengan masing – masing memiliki interval 2054,4. Demikian, nilai kelas meliputi 2568, 4622,4, 6676,8, 8731,2, 10785,6, dan 12840. Skor selanjutnya digambarkan dalam garis daerah kontinum sebagai berikut.



Keterangan : STS: Sangat Tidak Setuju; TS: Tidak Setuju; N: Netral; S: Setuju; SS: Sangat Setuju

Gambar 3. Penelitian Variabel Pariwisata yang Bertanggung Jawab (Y)

Gambar 3 menunjukkan penilaian variabel Pariwisata yang Bertanggung Jawab pada garis daerah kontinum. Total skor tanggapan responden sebesar 11780 dan mendapat kategori “Sangat Setuju”. Dengan demikian, wisatawan merasa Pariwisata yang Bertanggung Jawab di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu sudah sangat baik.

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Konektivitas Lingkungan (M)

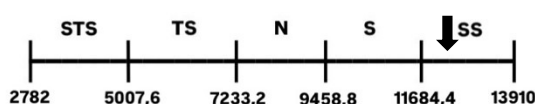
Hasil rekapitulasi analisis deskriptif terhadap seluruh pernyataan variabel Konektivitas Lingkungan (M) disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Konektivitas (M)

No	Pernyataan	Skor
1	Saya merasa dekat secara emosional dengan alam di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	890
2	Saya merasa sedih jika lingkungan alam di kawah putih dan gunung tangkuban perahu mengalami kerusakan	969
3	Saya merasakan kedamaian dan ketenangan ketika saya berada di lingkungan alam	992
4	Saya peduli dengan kondisi alam di Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu	981
5	Saya memperhatikan kebersihan lingkungan selama berkunjung	974
6	Saya merasa mempunyai tanggung jawab untuk ikut menjaga lingkungan	967
7	Saya menganggap alam di destinasi ini sebagai bagian dari diri saya	931
8	Saya bangga menjadi orang yang peduli pada lingkungan alam	993
9	Saya sengaja memilih destinasi alam saat berpergian	972
10	Saya yakin memilih tempat wisata alam sebagai tujuan liburan saya	964
11	Saya paham bahwa tindakan wisatawan dapat berdampak pada kelestarian alam	994
12	Saya paham perilaku wisatawan yang tidak bertanggung jawab bisa merusak lingkungan	1001
13	Saya sering mengingatkan teman untuk tidak membuang sampah sembarangan	945
Total		12573

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2026

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai minimal 2782 dan nilai maksimal 13910. Rentang tersebut selanjutnya dibagi menjadi 5 kelas dengan masing – masing memiliki interval 2225,6. Dengan demikian, nilai kelas meliputi 2782, 5007,6, 7233,2, 9458,8, 11684,4, 13910. Skor selanjutnya digambarkan dalam garis daerah kontinum sebagai berikut.



Keterangan: STS: Sangat Tidak Setuju; TS: Tidak Setuju; N: Netral; S: Setuju; SS: Sangat Setuju

Gambar 4. Penilaian Variabel Konektivitas Lingkungan (M)

Gambar 4 menunjukkan penilaian variabel konektivitas lingkungan pada garis daerah kontinum. Total skor tanggapan responden terhadap konektivitas lingkungan sebesar 12573 dan mendapat kategori “Sangat Setuju”. Dengan demikian wisatawan sangat puas dengan konektivitas lingkungan dari Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu.

Hasil Path Coefficients

Path Coefficients menunjukkan hubungan antar variabel. Hasil *Path Coefficients* ditunjukkan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Path Coefficients

Hubungan	T-statistik	P-value	Keterangan
Pariwisata yang Bertanggung Jawab > Konektivitas Lingkungan	5,862	0,000	Signifikan

Respon Emosional > Konektivitas Lingkungan	6,482	0,000	Signifikan
Respon Emosional > Pariwisata yang Bertanggung Jawab	8,514	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2026

Tabel 8 menunjukkan seluruh hubungan antar variabel signifikan ($p < 0,05$). Respon Emosional berpengaruh signifikan terhadap Konektivitas Lingkungan T-statistik 6,482 P-value 0,000. Selain itu, Respon Emosional juga berpengaruh signifikan terhadap Pariwisata yang Bertanggung Jawab T-statistik 8,514 P-value 0,000. Selanjutnya, Pariwisata yang Bertanggung Jawab berpengaruh signifikan terhadap Konektivitas Lingkungan T-statistik 5,862 P-value 0,000. Dengan demikian, respon emosional wisatawan terbukti berperan penting membentuk konektivitas lingkungan sekaligus mendorong perilaku

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi ditunjukkan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

	R-square	R-square adjusted
Konektivitas Lingkungan	0,636	0,632
Pariwisata yang Bertanggung Jawab	0,472	0,469

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2026

Konektivitas Lingkungan memiliki R^2 sebesar 0,636 yang artinya 63,6% konektivitas lingkungan dijelaskan oleh respon emosional. Pariwisata yang Bertanggung Jawab memiliki R^2 sebesar 0,472, artinya 47,2% pariwisata yang bertanggung jawab dijelaskan oleh respon emosional dan konektivitas lingkungan secara Bersama – sama. Kedua nilai R^2 berada dalam kategori kuat.

Uji Mediasi

Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel laten, yaitu Respon Emosional, Pariwisata yang Bertanggung Jawab, dan Konektivitas Lingkungan. Hasil uji mediasi ditunjukkan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Mediasi

Hubungan	T-statistik	P-value	Keterangan
Pariwisata yang Bertanggung Jawab > Konektivitas Lingkungan	5,862	0,000	Signifikan
Respon Emosional > Konektivitas Lingkungan	6,482	0,000	Signifikan
Respon Emosional > Pariwisata yang Bertanggung Jawab	8,514	0,000	Signifikan
Respon Emosional > Pariwisata yang Bertanggung Jawab > Konektivitas Lingkungan	4,333	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2026

Tabel 10 menunjukkan Respon emosional berpengaruh signifikan terhadap Pariwisata yang Bertanggung Jawab. Nilai T-statistik sebesar 8,514 dengan nilai $p = 0,000$ yang menunjukkan bahwa respon emosional wisatawan mampu mendorong peningkatan perilaku pariwisata yang bertanggung jawab secara langsung. Respon Emosional berpengaruh signifikan terhadap konektivitas lingkungan, dengan nilai T-statistik sebesar 6,482 dengan nilai $p = 0,000$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi respon emosional yang dirasakan wisatawan, semakin besar pula konektivitas lingkungan yang terbentuk. Pariwisata yang bertanggung jawab juga berpengaruh signifikan terhadap konektivitas lingkungan, dengan nilai

T-statistik 5,862 $p = 0,000$, yang menandakan bahwa perilaku pariwisata yang bertanggung jawab turut berkontribusi memperkuat konektivitas lingkungan wisatawan terhadap destinasi.

Berdasarkan hasil uji *indirect effect*, menunjukkan nilai T-statistik sebesar 4,333 dengan nilai P sebesar 0,000, yang berarti terdapat pengaruh mediasi yang signifikan pada jalur Respon Emosional terhadap Pariwisata yang Bertanggung Jawab melalui Konektivitas Lingkungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Konektivitas Lingkungan memediasi secara parsial hubungan antara Respon Emosional dan Pariwisata yang Bertanggung Jawab, karena pengaruh langsung antara kedua variabel tersebut tetap signifikan meskipun telah memperhitungkan peran Konektivitas Lingkungan sebagai variabel mediasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah kunjungan ke Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu belum sepenuhnya diimbangi kesiapan wisatawan berperilaku bertanggung jawab terhadap lingkungan, sehingga melalui kerangka *Stimulus-Organism-Response* penelitian ini menguji peran respon emosional sebagai pemicu, konektivitas lingkungan sebagai mekanisme psikologis penghubung, dan perilaku pariwisata yang bertanggung jawab sebagai respon nyata wisatawan. Hasil pengujian terhadap 214 wisatawan menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dinilai sangat baik dan seluruh jalur hubungan signifikan, dengan respon emosional terbukti menjadi predictor kuat bagi konektivitas lingkungan maupun perilaku bertanggung jawab, konektivitas lingkungan berperan sebagai mediator parsial, serta ditemukan pola hubungan timbal balik di mana perilaku bertanggung jawab turut memperkuat keterhubungan wisatawan dengan lingkungan destinasi, sehingga menegaskan relevansi teori S-O-R sekaligus memperkaya literatur pariwisata berkelanjutan di destinasi alam negara berkembang.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada objek dan periode tertentu sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada seluruh sektor industri atau wilayah. Kedua, penelitian menggunakan variabel yang terbatas sehingga masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi variabel dependen. Ketiga, pendekatan penelitian yang digunakan belum sepenuhnya menangkap dinamika perubahan yang terjadi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu diinterpretasikan sesuai dengan ruang lingkup penelitian.

Saran

Secara praktis, pengelola destinasi disarankan merancang pengalaman wisata yang membangkitkan respon emosional positif melalui penataan spot pemandangan, narasi interpretatif nilai alam, serta aktivitas yang mendekatkan wisatawan dengan lingkungan, memperkuat program edukasi dan interpretasi lingkungan seperti kegiatan partisipatif, dan meningkatkan fasilitas pendukung seperti tempat sampah dan papan informasi agar keterlibatan wisatawan dalam menjaga lingkungan lebih konsisten. Sementara secara teoretis, penelitian selanjutnya disarankan menguji model ini pada jenis destinasi lain seperti destinasi budaya atau perkotaan serta menambahkan variabel lain seperti norma sosial, pengalaman kunjungan sebelumnya, atau literasi lingkungan wisatawan guna memperkuat generalisasi temuan.

Kontribusi Author

Penulis pertama Andien Agustin, berperan dalam merumuskan ide dan latar belakang penelitian, menyusun kerangka teori dan kerangka pemikiran, mengumpulkan data melalui

penyebaran kuesioner kepada wisatawan Kawah Putih dan Gunung Tangkuban Perahu, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian serta menyusun naskah artikel secara eseluruhan. Penulis kedua Yosef Abdul Ghani berperan dalam membimbing arah penelitian, memberikan masukan pada penyusunan metode dan interpretasi hasil, serta melakukan revisi dan penyempurnaan naskah sebelum dipublikasikan. Kedua penulis telah membaca, memeriksa, dan menyetujui versi akhir artikel yang akan dipublikasikan.

REFERENSI

- Abdul Ghani, Y., Mughni Fadlillah, D., & Tinggi Pariwisata ARS Internasional, S. (2024). *STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATA EDUKASI KAMPUNG BAMBOO)*. 11(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Ali, M. M. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif dan penerapan nya dalam penelitian. *JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 1(2), 1–5.
- Aprianti, V., & Ferdian, F. (2025). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Ulang Wisatawan: A Systematic Literature Review*. 6(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i2>
- Bouchagour, DR. A., Guendouz, DR. K. B. el walid, Mecelti, DR. S., & Harizi, DR. M. (2025). The Conflict Between Overtourism and Sustainable Tourism: A Comparative Analysis of Algeria and Spain Under Environmental and Social Pressures. *Journal of Ecohumanism*, 4(4). <https://doi.org/10.62754/joe.v4i4.7027>
- Djabbar, A., Machmud, M., & Rahayu, M. (2025). Tourist' Behavior and Its Impacts to The Sustainability of Tours and Travel Operation: Evidence from Indonesia. *E-Journal of Tourism*, 353–369. <https://doi.org/10.24922/eot.v12i2.2190>
- Foronda-Robles, C., Galindo-Pérez-de-Azpillaga, L., & Armario-Pérez, P. (2025). The sustainable management of overtourism via user content. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 6(2), 100184. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2025.100184>
- Ghani, Y. A., Hamzah, F., Maulisti, D. B., & Shalomitha, S. R. (2024). Pengunjung “Semu” sebagai dampak dari Promosi Digital dan Implikasinya terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.51977/jiip.v6i1.1421>
- Guazzini, A., Valdrighi, G., Fiorenza, M., & Duradoni, M. (2025). The Relationship Between Connectedness to Nature and Pro-Environmental Behaviors: A Systematic Review. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 17, Number 8). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/su17083686>
- Hair, G. J. F. T. M. H. C. M. R. M. S. (2022). *A primer on patial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hamzah, F., Ghani, Y. A., & Faturachman, T. T. (2022). MEMBANGUN BRAND DESTINATION PASIR KUNCI SEBAGAI TUJUAN WISATA DI KOTA BANDUNG. In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 4, Number 2). <https://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Hendri, J., Sudiana Mahendra, M., & Rai, I. N. (2024). DAMPAK EKOWISATA KAWAH PUTIH DI KECAMATAN RANCABALI BANDUNG TERHADAP SOSIO-EKONOMI MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SERTA STRATEGI PENGEMBANGANNYA. *ECOTROPHIC: Jurnal Ilmu Lingkungan (Journal of Environmental Science)*, 18(1), 119. <https://doi.org/10.24843/EJES.2024.v18.i01.p10>
- Hudiono, R. (2024). Wisatawan Muda dan Destinasi Wisata: Sebuah Kajian Kuantitatif. *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3>
- Jiang, J., Gao, B. W., & Su, X. (2022). Antecedents of Tourists' Environmentally Responsible Behavior: The Perspective of Awe. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.619815>

- Kajian, J., Jurnal, P., Pariwisata, K., & Ghani, Y. A. (2023). MENGETAHUI PENENTU PERILAKU PRO-LINGKUNGAN TAMU HOTEL. 05(1), 69–83. <https://doi.org/10.51977/jiip.v5i1.1092>
- Layla, I., & Syarifuddin, D. (2025). Strategi Manajemen Risiko Pariwisata dalam Membangun Resiliensi di NuArt Sculpture Park. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i5>
- Li, J. J., Huang, L. M., He, M., & Ye, B. H. (2023). Understanding pro-environmental behavior in tourism: Developing an experimental model. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 57, 213–224.
- Maidiana, M. (2021). Penelitian Survey. *ALACRITY: Journal of Education*, 20–29. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>
- Mutiarasari, A., Manoppo, E., Potabuga, A., & Katiandagho, T. S. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Food Tourism di Pantai Pinagut Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i6>
- Peng, H., Li, L., Li, C., Li, P., Xiao, X., & Zhong, S. (2025). Awe-inspiring Environmental Engagement: Unveiling the Impact of Awe on Pro-environmental Behavior in Nature-based Tourism Destinations. *Journal of Resources and Ecology*, 16(1), 172–183. <https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2025.01.016>
- Rizki, R., Pariwisata, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., Yapari, P., & Pariwisata, A. P. (2025). PENGELOLAAN SERVICE ENCOUNTER SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG DI DESTINASI WISATA TANGKUBAN PERAHU, JAWA BARAT. 4(2). <https://doi.org/10.59193>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sanaky, M. M. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH. *JURNAL SIMETRIK*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Septiarini, E., & Adialita, T. (2025). Ecotourism Visit Intentions: Linking Environment Identity, Nature Enjoyment and Social Media. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.20448/ijSAM.v9i1.7264>
- Shallomitha, S. R., & Syarifuddin, D. (2025). Sinergi Pariwisata Budaya dan Pembangunan Keterikatan Sosial dalam Ruang Publik di Taman Lembah Dewata Lembang. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i5>
- Siti Fatimah Rambe. (2021). Pengaruh Motivasi, Fasilitas Kerja Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Kependudukan Catatn Sipil Kabupaten Labuhanbatu Utara. 1, 473–481.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). VALIDITAS DAN RELIABILITAS TERHADAP INSTRUMEN KEPUASAN KER. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2). <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Su, L., Li, M., Wen, J., & He, X. (2025). How do tourism activities and induced awe affect tourists' pro-environmental behavior? *Tourism Management*, 106, 105002.
- Sugiyono, P. (2020). Metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*, 62, 70.
- Tang, H., Yang, H., Gan, D., He, H., & Wang, S. (2025). Transforming tourist behavior: An integrated emotional and normative framework for promoting environmental intentions at eco-destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 36, 100993.
- Wang, K., Huang, S., Chen, Z., & Liu, Y. (2026). The impact of empathy with nature on tourists' responsible behavioral intentions in natural heritage tourism: the moderating

roles of escapism and awe. *Frontiers in Psychology*, 16.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1661381>

Yan, Y., Wang, X., Tse, S., & Wang, L. (2024). Connecting Environmental Perception, Awe, Face Consciousness, and Environmentally Responsible Behaviors: A Mediated-Moderated Analysis. *Behavioral Sciences*, 14(7). <https://doi.org/10.3390/bs14070540>