

Analisis Klaster *Emerging Adulthood* Mengenai Pengaruh Perjalanan Wisata Terhadap Kualitas Hidup

Alya Fitri Ramadhani*, Rosita, Sri Marhanah
Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia
*alyafrdh@upi.edu

Abstract

Travel plays a crucial role in shaping and influencing the quality of life of emerging adulthood who explore their lives. The motivation for travel is a pivotal factor that determines their view about the influence of travel on quality of life. This study focused on individuals aged 18 to 25 who had traveled at least once in the six years (2018-2024). A total of 212 respondents answered the questionnaires distributed to collect data.. The collected data underwent rigorous analysis using various methods, including descriptive statistics, validity and reliability tests, hierarchical cluster analysis, chi-square, and ANOVA. These analyses were conducted with the assistance of the SPSS Statistics version 23 program. The findings of this research indicated that travel has a significant effect on the quality of life of emerging adulthood. Applying cluster analysis to the survey data resulted in the identification of four distinct categories of respondents according to their views on the effects of travel. These categories are (1) the least affected cluster, (2) the cognitively affected cluster, (3) the socially affected cluster, and (4) the most affected cluster. The largest cluster, designated as "cluster 4," encompasses 100 respondents who reported the most significant influence of travel on their quality of life. This research may be utilized to inform the vital role of travel in improving the quality of life of the emerging adulthood segment, as well as to provide suggestions for tourist destinations or travel businesses.

Keywords: *Quality of Life; Tourism; Emerging Adulthood; Cluster*

Abstrak

Perjalanan wisata memiliki peran penting dalam membentuk dan memengaruhi kualitas hidup individu dalam tahap *emerging adulthood*, yang sedang menjalani eksplorasi kehidupan. Motivasi perjalanan menjadi faktor yang menentukan persepsi mereka terhadap dampak wisata terhadap kualitas hidup. Penelitian ini dilakukan terhadap orang-orang berusia 18-25 tahun yang telah melakukan perjalanan wisata setidaknya sekali dalam enam tahun terakhir (2018-2024). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan total 212 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, analisis klaster, ANOVA, serta *chi-square* menggunakan program SPSS Statistik versi 23. Hasilnya menunjukkan bahwa perjalanan wisata berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup segmen *emerging adulthood*. Analisis klaster mengelompokkan responden ke dalam empat kategori berdasarkan persepsi mereka terhadap pengaruh perjalanan wisata, yaitu (1) klaster yang tidak terlalu merasakan pengaruh, (2) klaster yang merasakan pengaruh secara kognitif, (3) klaster yang merasakan pengaruh dari lingkungan sosial, dan (4) klaster yang paling merasakan pengaruh. Klaster terbesar merupakan klaster 4 yang terdiri dari 100 responden yang mengalami pengaruh paling signifikan dari adanya perjalanan wisata terhadap kualitas hidup. Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi mengenai peran penting perjalanan wisata dalam meningkatkan kualitas hidup segmen *emerging adulthood* serta saran untuk suatu destinasi wisata atau pelaku usaha perjalanan wisata.

Kata Kunci: *Kualitas Hidup; Perjalanan Wisata; Emerging Adulthood; Klaster*

Pendahuluan

Pada era globalisasi ini, perjalanan wisata menjadi salah satu sektor yang mampu menghasilkan perkembangan yang pesat dan dapat meningkatkan standar hidup (Wahab, 2003). Perjalanan wisata semakin dipahami sebagai faktor yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap kualitas hidup individu, baik dalam aspek psikologis, sosial, fisik, maupun lingkungan (Stamatiou, 2024). Menurut Baroi (2024) perjalanan wisata dapat meningkatkan kebahagiaan dan mengurangi stres. Selain itu, berwisata khususnya wisata alam dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis melalui relaksasi dan peningkatan interaksi sosial (Avecillas-Torres et al., 2025).

Sebagian besar penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara perjalanan wisata dan kualitas hidup namun masih berfokus pada populasi umum atau kelompok tertentu seperti masyarakat lokal di destinasi wisata Asror (2019); Maulidia, Idialis & Prasetyo (2024) kelompok tertentu yang melakukan perjalanan dengan jenis wisata yang sama Fitriani & Artajaya (2025) kelompok usia lainnya seperti lansia Ayu & Utami (2018) atau mahasiswa dari universitas yang sama (Eusébio & Carneiro, 2014). Salah satu kelompok penting tetapi masih kurang diteliti dalam konteks ini adalah *emerging adulthood*.

Emerging adulthood yang merupakan individu berusia antara 18-25 tahun dan sedang berada dalam fase transisi dari remaja akhir menuju dewasa awal (Arnett, 2000). Pada tahap ini, individu cenderung melakukan eksplorasi identitas, membangun hubungan sosial baru, serta mencari pengalaman yang dapat memperkaya kehidupan mereka, termasuk melalui perjalanan wisata (Arnett, 2007). *Emerging adulthood* semakin memprioritaskan perjalanan wisata sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan psikologis dan sosial mereka terutama setelah pandemi covid 19 dan munculnya tren wisata *wellnees* (Sigala, 2020).

Hudiono (2022) mengungkapkan bahwa wisatawan berusia 18-24 tahun yang termasuk *emerging adulthood* menjadi wisatawan terbanyak dalam melakukan perjalanan wisata. Temuan ini juga didukung oleh Putri & Munandar (2023) yang menyebutkan bahwa wisatawan internasional terbanyak adalah individu dengan usia 17-25 tahun yang termasuk di dalam nya segmen *emerging adulthood*. Sehingga segmen *emerging adulthood* merupakan salah satu segmen yang paling potensial dalam melakukan perjalanan wisata. Selain itu, perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan merencanakan perjalanan (Buhalis & Law, 2008). *Emerging adulthood* sebagai segmen yang suka mengeksplorasi hal baru terutama teknologi cenderung lebih aktif mencari informasi melalui media sosial dan platform daring sehingga membuka peluang bagi inovasi dalam pemasaran dan pengembangan produk wisata yang lebih personal dan interaktif. Ashari, Bau & Suhada (2023) mengatakan bahwa pengguna aktif media sosial mayoritas adalah segmen *emerging adulthood* (18-25 tahun).

Mengingat sifat dinamis dari *emerging adulthood*, perjalanan wisata dapat memiliki pengaruh yang bervariasi terhadap persepsi kualitas hidup mereka, tergantung pada faktor seperti motivasi perjalanan, jenis destinasi, serta dengan siapa ia berinteraksi (Dolnicar et al., 2013). Meski demikian hingga saat ini masih terdapat sedikit penelitian yang menitikberatkan pada segmentasi *emerging adulthood* berdasarkan persepsi mereka terhadap pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup. Sebagian besar studi yang menghubungkan perjalanan wisata dengan kualitas hidup menggunakan pendekatan agregat tanpa mempertimbangkan perbedaan individu dalam menilai pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup. Kualitas hidup sendiri merupakan konsep individual yang mencakup berbagai aspek seperti psikologis, kesehatan fisik, hubungan sosial dan lingkungan (WHO, 1996).

Konsep individual yang dimaksud yaitu bahwa tiap individu dapat memiliki persepsi berbeda berdasarkan pengalamannya. Mengingat segmen *emerging adulthood* merupakan segmen penting dalam perjalanan wisata serta kualitas hidup merupakan konsep individual, penelitian ini bertujuan untuk menilai persepsi segmen *emerging adulthood* mengenai pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup dan mengelompokkan segmen ini berdasarkan persepsinya. Penelitian ini berupaya untuk memahami bagaimana perjalanan wisata dapat disesuaikan berdasarkan analisis kluster yang dilakukan. Dengan mencapai tujuan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai peran perjalanan wisata dalam meningkatkan kualitas hidup serta menawarkan wawasan strategis bagi pengembangan produk dan layanan pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi segmen *emerging adulthood*.

Metode

Metode pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengkaji pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup *emerging adulthood*. Untuk mengidentifikasi segmen homogen di segmen *emerging adulthood* sesuai dengan pengaruh konsumsi perjalanan wisata terhadap kualitas hidup, survei dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan kriteria sampel dan menggunakan rumus *Lemeshow* dalam menentukan jumlah sampel. Instrumen survei terdiri dari dua bagian utama (1) motivasi perjalanan dan (2) pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup. Analisis data dilakukan menggunakan program SPSS Statistik versi 23. Uji yang dilakukan yaitu uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menjamin kualitas instrumen penelitian. Analisis deskriptif memberikan gambaran umum tentang karakteristik demografis dan persepsinya secara umum. Analisis kluster hierarki digunakan untuk mengidentifikasi segmen homogen dari segmen *emerging adulthood* mengenai persepsi tentang pengaruh perjalanan wisata terhadap 4 variabel mengenai kualitas hidup dengan menggunakan metode *furthest neighbor* dan *the squared Euclidean distance* yang dilanjut dengan analisis kluster *k-means*. Hasil dari uji analisis kluster dipertimbangkan dalam penelitian ini dan digunakan untuk analisis selanjutnya yaitu untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara segmen *emerging adulthood* dengan menggunakan analisis *chi-square* dan ANOVA.

Hasil dan Pembahasan

1. Penentuan Sampel

Untuk mengidentifikasi segmen homogen di segmen *emerging adulthood* sesuai dengan pengaruh konsumsi perjalanan wisata terhadap kualitas hidup, survei dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sumber dengan pertimbangan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Penelitian ini berfokus terhadap masyarakat yang memiliki usia antara 18-25 tahun dan pernah melakukan perjalanan wisata setidaknya sekali pada 6 tahun terakhir (2018-2024). Periode enam tahun dipilih untuk memastikan relevansi dengan tren wisata terkini, mencerminkan karakteristik eksploratif *emerging adulthood*, serta mengakomodasi variasi pola perjalanan tanpa terlalu membatasi sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan kurangnya informasi mengenai jumlah populasi secara pasti sehingga peneliti dapat memilih sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Setelah penyebaran kuesioner, didapatkan 212 responden yang sesuai dengan kriteria yang diharapkan.

Penelitian ini mengangkat topik yang banyak dialami oleh masyarakat, dengan banyak individu yang memenuhi kriteria sebagai responden, sehingga jumlah pastinya

tidak dapat ditentukan. Karena jumlah populasi penelitian ini yang tidak diketahui secara pasti, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *lemeshow*. Menurut Riyanto & Hatmawan (2020) perhitungan sampel dengan pendekatan rumus *Lemeshow* dapat digunakan dalam menentukan jumlah sampel ketika total populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus yang digunakan menentukan sampel jika populasi tidak diketahui secara pasti yaitu:

$$n = \left[\frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2} \right]$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = ukuran tingkat kepercayaan 95% atau 1.96

P = maksimal estimasi 50% atau 0.5

d = tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi 20% = 0.1

Sehingga:

$$n = \left[\frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2} \right]$$

$$n = \left[\frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2} \right]$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 97$$

Berdasarkan rumusan *Lemeshow* di atas maka penentuan didapatkan hasil 97 responden sehingga jumlah responden penelitian ini yaitu 212 responden dianggap sudah memenuhi minimal responden yang dibutuhkan.

2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menentukan tingkatan validitas suatu instrumen penelitian. Sebuah instrumen dianggap valid apabila terdapat kesamaan data yang diperoleh dari objek penelitian (Sugiyono, 2019). Tujuan uji ini adalah untuk memastikan bahwa setiap indikator dapat digunakan dalam mengukur variabel penelitian.

Tabel 1. Uji Validitas Motivasi Perjalanan

Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Pengetahuan dan Kebaruan			
Menambah wawasan	0.519	0.1342	Valid
Mempelajari budaya lain	0.414	0.1342	Valid
Mendapatkan pengalaman baru	0.472	0.1342	Valid
Mengenal lingkungan yang baru	0.544	0.1342	Valid
Pengembangan Pribadi			
Membuat tubuh lebih sehat	0.563	0.1342	Valid
Mengenal diri sendiri	0.623	0.1342	Valid
Bertemu dengan orang baru	0.506	0.1342	Valid
Melarikan Diri			
Beristirahat dari rutinitas biasanya	0.403	0.1342	Valid
Menghabiskan waktu bersama orang terdekat	0.339	0.1342	Valid
Kebebasan untuk bersantai	0.447	0.1342	Valid
Kontak Dengan Alam			
Berada di tempat yang lebih tenang	0.482	0.1342	Valid
Lebih dekat dengan alam	0.495	0.1342	Valid

Tabel 1 memperlihatkan bahwa angka r hitung pada keseluruhan item > r tabel 212 responden yaitu 0.1342. Maka dapat dikatakan bahwa semua item dapat dipakai untuk menilai variabel motivasi perjalanan

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Hidup

Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Kesehatan Fisik			
Menjaga tubuh tetap sehat	0.630	0.1342	Valid
Meningkatkan energi untuk menjalani rutinitas	0.549	0.1342	Valid
Meningkatkan kualitas tidur	0.584	0.1342	Valid
Meningkatkan kemampuan menjalankan aktivitas	0.644	0.1342	Valid
Fitur Psikologis			
Merasa lebih Bahagia	0.529	0.1342	Valid
Meningkatkan kepuasan dalam kehidupan	0.427	0.1342	Valid
Menemukan tujuan dalam kehidupan sehari-hari	0.556	0.1342	Valid
Meningkatkan konsentrasi	0.586	0.1342	Valid
Hubungan Sosial			
Memahami kebutuhan diri sendiri	0.601	0.1342	Valid
Mempererat hubungan dengan orang lain	0.524	0.1342	Valid
Lingkungan			
Menikmati kualitas lingkungan yang lebih baik	0.609	0.1342	Valid
Memperluas wawasan	0.554	0.1342	Valid
Memanfaatkan waktu luang	0.476	0.1342	Valid

Tabel 2 memperlihatkan bahwa angka r hitung seluruh item > r tabel 212 responden yaitu 0.1342. Maka dapat dikatakan bahwa semua item pada penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur variabel kualitas hidup

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah instrumen yang digunakan dapat diandalkan dalam pengumpulan data. Suatu kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden konsisten dan memiliki nilai *cronbach alpha* > 0.6.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Motivasi Perjalanan

Item	Nilai Cronbach Alpha	≈	Kesimpulan
Pengetahuan dan kebaruan			
Menambah wawasan	0.884	0.6	Reliabel
Mempelajari budaya lain	0.887	0.6	Reliabel
Mendapatkan pengalaman baru	0.885	0.6	Reliabel
Mengenal lingkungan yang baru	0.883	0.6	Reliabel
Pengembangan pribadi			
Membuat tubuh lebih sehat	0.883	0.6	Reliabel
Mengenal diri sendiri	0.881	0.6	Reliabel
Bertemu dengan orang baru	0.886	0.6	Reliabel
Melarikan diri			

Beristirahat dari rutinitas biasanya	0.886	0.6	Reliabel
Menghabiskan waktu bersama orang terdekat	0.887	0.6	Reliabel
Kebebasan untuk bersantai	0.885	0.6	Reliabel
Kontak Dengan Alam			
Berada di tempat yang lebih tenang	0.884	0.6	Reliabel
Lebih dekat dengan alam	0.884	0.6	Reliabel

Tabel 3 memperlihatkan bahwa angka nilai *cronbach alpha* dari seluruh item menunjukkan >0.6 sehingga seluruh item reliabel dan menunjukkan bahwa data konsisten dan akurat serta bisa diandalkan dalam pengumpulan data.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Kualitas Hidup

Item	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	≈	Kesimpulan
Kesehatan Fisik			
Menjaga tubuh tetap sehat	0.881	0.6	Reliabel
Meningkatkan energi untuk menjalani rutinitas	0.883	0.6	Reliabel
Meningkatkan kualitas tidur	0.882	0.6	Reliabel
Meningkatkan kemampuan menjalankan aktivitas	0.880	0.6	Reliabel
Fitur Psikologis			
Merasa lebih Bahagia	0.883	0.6	Reliabel
Meningkatkan kepuasan dalam kehidupan	0.886	0.6	Reliabel
Menemukan tujuan dalam kehidupan sehari-hari	0.883	0.6	Reliabel
Meningkatkan konsentrasi	0.882	0.6	Reliabel
Hubungan Sosial			
Memahami kebutuhan diri sendiri	0.882	0.6	Reliabel
Mempererat hubungan dengan orang lain	0.884	0.6	Reliabel
Lingkungan			
Menikmati kualitas lingkungan yang lebih baik	0.882	0.6	Reliabel
Memperluas wawasan	0.883	0.6	Reliabel
Memanfaatkan waktu luang	0.885	0.6	Reliabel

Tabel 4 menunjukkan bahwa angka nilai *cronbach alpha* dari keseluruhan item menunjukkan >0.6 sehingga keseluruhan item reliabel dan menunjukkan bahwa data konsisten dan akurat serta bisa digunakan sebagai alat ukur penelitian

4. Profil Demografis

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam pengumpulan datanya. Berdasarkan hasil kuesioner yang diolah didapatkan sebanyak 212 responden pada penelitian ini. Profil demografis pada penelitian ini yaitu jenis kelamin, jenis tujuan wisata, serta dengan siapa anda melakukan perjalanan wisata.

Tabel 5. Profil Demografis

Profil Demografis	%
Jenis Kelamin	
Perempuan	72.6
Laki-laki	27.4
Jenis Tujuan Wisata	

Destinasi Pantai	36.5
Destinasi Pedesaan	17.2
Destinasi Perkotaan	20.6
Destinasi Pegunungan	24.2
Lainnya	1.5
Dengan siapa melakukan perjalanan	
Sendiri	9.4
Teman	39.5
Keluarga	44.2
Rombongan	6.9

Tabel 5 menunjukkan bahwa jenis tujuan wisata yang paling banyak dikunjungi yaitu destinasi pantai (36.5%) dan responden paling banyak melakukan perjalanan wisata bersama keluarganya (44.2%). Data terkait profil responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada keragaman jenis kelamin, jenis tujuan wisata, serta dengan siapa mereka melakukan perjalanan wisata sehingga memberikan sudut pandang yang berbeda mengenai topik penelitian ini

5. Motivasi Perjalanan

Motivasi perjalanan menjadi inti dari perilaku konsumen dalam industri perjalanan wisata. Motivasi ini melibatkan faktor-faktor yang mendorong individu untuk melakukan perjalanan dan mencari pengalaman baru. Banyak faktor-faktor yang dapat memengaruhi motivasi perjalanan suatu individu. Namun, motivasi tiap individu dapat berbeda dan berubah sesuai dengan situasi serta kondisi.

Tabel 6. Analisis Deskriptif Motivasi Perjalanan

Item	N	Rata-rata
Pengetahuan dan Kebaruan	212	4.30
Menambah wawasan	212	4.07
Mempelajari budaya lain	212	4.13
Mendapatkan pengalaman baru	212	4.61
Mengenal lingkungan yang baru	212	4.39
Pengembangan Pribadi	212	3.80
Membuat tubuh lebih sehat	212	3.71
Mengenal diri sendiri	212	3.93
Bertemu dengan orang baru	212	3.76
Melarikan Diri	212	4.50
Beristirahat dari rutinitas biasanya	212	4.47
Menghabiskan waktu bersama orang terdekat	212	4.61
Kebebasan untuk bersantai	212	4.42
Kontak Dengan Alam	212	4.40
Berada di tempat yang lebih tenang	212	4.48
Lebih dekat dengan alam	212	4.32
Motivasi Secara Keseluruhan	212	4.25

Struktur dimensi pada penelitian ini merupakan indikator yang terkait dengan beberapa dimensi dan merupakan faktor-faktor yang menjadi alasan suatu individu melakukan perjalanan. Keempat indikator yang digunakan yaitu pengetahuan dan kebaruan, pengembangan pribadi, melarikan diri, serta kontak dengan alam. Pada Tabel 6, dapat diamati bahwa kebanyakan responden melakukan perjalanan wisata untuk beristirahat dari rutinitas biasanya, menghabiskan waktu bersama orang terdekat, serta untuk mendapatkan kebebasan dalam melakukan apa yang mereka inginkan.

6. Kualitas Hidup

Kualitas hidup merupakan tingkat kesejahteraan yang dirasakan oleh sekelompok orang pada suatu kehidupan (Molnar, 2009). Aspek kualitas hidup dapat dilihat dari 4 struktur yaitu psikologis, kesehatan fisik, hubungan sosial, serta lingkungan (WHO, 1996). Kualitas hidup merupakan konsep dinamis dan individual sehingga penting untuk menganalisis pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup segmen *emerging adulthood* karena memungkinkan adanya perbedaan antara satu segmen dengan segmen lainnya.

Tabel 7. Analisis Deskriptif Kualitas Hidup

Item	N	Rata-rata
Kesehatan Fisik	212	4.13
Menjaga tubuh tetap sehat	212	4.15
Meningkatkan energi untuk menjalani rutinitas	212	4.33
Meningkatkan kualitas tidur	212	3.92
Meningkatkan kemampuan menjalankan aktivitas	212	4.12
Fitur Psikologis	212	4.31
Merasa lebih Bahagia	212	4.49
Meningkatkan kepuasan dalam kehidupan	212	4.48
Menemukan tujuan dalam kehidupan sehari – hari	212	4.30
Meningkatkan konsentrasi	212	3.99
Hubungan Sosial	212	4.15
Memahami kebutuhan diri sendiri	212	4.03
Mempererat hubungan dengan orang lain	212	4.28
Lingkungan	212	4.02
Menikmati kualitas lingkungan yang lebih baik	212	4.32
Memperluas wawasan	212	3.24
Memanfaatkan waktu luang	212	4.51
Pengaruh Kualitas Hidup Keseluruhan	212	4.15

Struktur dimensi kualitas hidup yang digunakan pada Tabel 7 yaitu indikator mengenai beberapa dimensi yang dapat mencerminkan aspek yang memengaruhi kesejahteraan seseorang secara menyeluruh yaitu indikator psikologis, kesehatan fisik, hubungan sosial, serta lingkungan (WHO, 1996). Pada Tabel 7 terlihat bahwa perjalanan wisata berpengaruh lebih tinggi terhadap indikator psikologis (4.31) dibandingkan dengan indikator lainnya. Dapat dilihat bahwa kebanyakan responden melakukan perjalanan wisata untuk mencari kebahagiaan dan meningkatkan kepuasan dalam menjalani hidup.

7. Analisis Klaster, Anova, dan Chi-square

Analisis klaster hierarki digunakan untuk mengidentifikasi segmen homogen dari segmen *emerging adulthood* mengenai persepsi tentang pengaruh perjalanan wisata terhadap 4 variabel mengenai kualitas hidup dengan menggunakan metode *furthest neighbor* dan *the squared Euclidean distance* yang selanjutnya dilanjutkan dengan analisis klaster *k-means*. Hasil dari uji analisis klaster dipertimbangkan dalam penelitian ini dan digunakan untuk analisis selanjutnya yaitu untuk mengidentifikasi apakah terapat perbedaan yang signifikan di antara segmen *emerging adulthood* melalui analisis *chi-square* dan *ANOVA*. Hasil dari analisis klaster ditampilkan dalam Tabel 8 yang menunjukkan pembagian kelompok serta indikator yang paling dominan dari masing-masing klaster.

Tabel 8. Analisis Kluster

Profil Kluster	Klaster 1 Yang Tidak Terlalu Merasakan Pengaruh	Klaster 2 Yang Merasakan Pengaruh Secara Kognitif	Klaster 3 Yang Merasakan Pengaruh Secara Lingkungan Sosial	Klaster 4 Yang Paling Merasakan Pengaruh	ANOVA		Chi-square	
					F	Sig.	Sig.	
	N= 16	N= 50	N= 46	N=100				
Kesehatan Fisik	2.91	4.08	3.87	4.52				
Menjaga tubuh tetap sehat	2.88	4.08	3.87	4.52	43.391	0.000	209.604 ^a	0.000
Meningkatkan energi untuk menjalani rutinitas	3.19	4.48	3.11	4.55	27.217	0.000	147.057 ^b	0.000
Meningkatkan kualitas tidur	2.69	3.60	3.39	4.53	46.195	0.000	105.830 ^a	0.000
Meningkatkan kemampuan menjalankan aktivitas	2.88	3.90	3.67	4.63	54.290	0.000	176.443 ^a	0.000
Psikologis	3.32	4.34	3.89	4.62				
Merasa lebih bahagia	3.00	4.72	3.93	4.71	26.210	0.000	176.943 ^b	0.000
Meningkatkan kepuasan dalam kehidupan	4.13	4.84	3.87	4.63	31.695	0.000	172.868 ^b	0.000
Menemukan tujuan dalam kehidupan sehari-hari	3.50	4.40	3.78	4.62	32.336	0.000	125.358 ^b	0.000
Meningkatkan konsentrasi	2.63	3.38	3.98	4.51	49.592	0.000	121.726 ^a	0.000
Hubungan Sosial	4.00	4.8	3.98	4.7				

Memahami kebutuhan diri sendiri	2.69	3.40	4.09	4.53	58.170	0.000	148.660 ^b	0.000
Mempererat hubungan dengan orang lain	3.06	3.98	4.17	4.68	35.994	0.000	121.509 ^b	0.000
Lingkungan	3.48	4.26	4.15	4.61				
Menikmati kualitas lingkungan yang lebih baik	3.19	4.26	4.15	4.61	31.102	0.000	156.226 ^b	0.000
Memperluas wawasan	3.25	4.04	4.15	4.54	19.188	0.000	109.774 ^b	0.000
Memanfaatkan waktu luang	4.00	4.80	3.98	4.70	27.994	0.000	189.623 ^b	0.000
Kualitas Hidup Secara Keseluruhan	3.15	4.10	3.91	4.60				

Analisis kluster dalam penelitian ini membagi segmen menjadi 4 kluster yaitu kluster (1) yang tidak terlalu merasakan adanya pengaruh dari perjalanan wisata, kluster (2) yang merasakan adanya pengaruh dari perjalanan wisata secara kognitif, kluster (3) yang merasakan adanya pengaruh dari perjalanan wisata secara lingkungan sosial, serta kluster (4) yang paling merasakan adanya pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup. Pada nilai ANOVA dapat dilihat bahwa nilai F suatu variabel dan signifikasinya. Besarnya angka F dari suatu faktor serta angka signifikansi kurang dari 0.05 membuktikan adanya perbedaan besar pada faktor tersebut terhadap faktor lainnya (Surury, 2020).

Pada Tabel 8 terlihat bahwa nilai *sig* setiap indikator memiliki nilai <0.05 yang menunjukkan bahwa signifikasinya adalah nyata. Untuk nilai F dapat terlihat bahwa nilai terbesar yaitu pada indikator bahwa perjalanan wisata dapat membuat kita memahami kebutuhan diri sendiri (58,170) sehingga indikator ini sangat membedakan karakteristik dari satu kluster dengan kluster lainnya. Pada Tabel 8 juga dapat dilihat bahwa data terbanyak yaitu ada pada kluster 4 Yang Paling Merasakan Pengaruh sebesar 100 responden sedangkan responden paling sedikit yaitu ada pada kluster 1 Yang Tidak Terlalu Merasakan Pengaruh sebesar 16 responden.

Hal tersebut membuktikan bahwa responden penelitian ini didominasi dengan mereka yang merasakan pengaruh positif dari adanya perjalanan wisata terhadap kualitas hidup mereka. Kemudian dalam penelitian dilakukan uji *chi-square* sebagai informasi mengenai hubungan antar variabel yang diuji. Hasil uji *chi-square* dapat dilihat melalui dua cara yaitu dengan membandingkan nilai *asympt sig* dengan batas 0,05 dan bisa juga dengan membandingkan nilai *chi-square* h terhadap nilai *chi-square* t pada tingkat signifikansi 5% (Suyanto & Gio, 2018).

Pada Tabel 8, nilai *asympt sig* tiap indikator pada uji *chi-square* memperlihatkan nilai di bawah 0.05, dapat diartikan jika H_0 (tidak ada pengaruh antara perjalanan wisata dan kualitas hidup) ditolak dan H_a (ada pengaruh antara perjalanan wisata dan kualitas hidup) diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari adanya perjalanan wisata terhadap kualitas hidup pada segmen *emerging adulthood*. Semakin tinggi perjalanan wisata maka semakin besar pengaruhnya terhadap kualitas hidup, berbeda halnya dengan semakin rendah perjalanan wisata maka semakin kecil pengaruhnya terhadap kualitas hidup.

8. Pengaruh Perjalanan Wisata Terhadap Kualitas Hidup *Emerging Adulthood*

Penelitian ini menunjukkan bahwa ada keberagaman jenis kelamin, jenis tujuan wisata, dan dengan siapa melakukan perjalanan wisata yang menunjukkan bahwa tiap responden memiliki sudut pandang yang berbeda pada penelitian ini. Hasil penelitian oleh Dolnicar et al., (2013) mengungkapkan bahwa perjalanan wisata dapat memberikan pengaruh yang bervariasi mengenai persepsi kualitas hidup mereka, tergantung pada faktor seperti motivasi perjalanan, jenis destinasi, serta dengan siapa ia berinteraksi. Motivasi perjalanan diamati bahwa kebanyakan responden melakukan perjalanan wisata untuk beristirahat dari rutinitas biasanya, menghabiskan waktu bersama orang terdekat, serta untuk mendapatkan kebebasan dalam melakukan apa yang mereka inginkan. Hal ini selaras dengan penelitian yang diungkapkan oleh Alghamdi (2007) mengenai tujuh faktor yang mendorong orang melakukan perjalanan wisata. Analisis klaster dalam penelitian ini membagi segmen *emerging adulthood* ke dalam empat kelompok berdasarkan persepsi mereka terhadap pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup.

- a. Klaster (1) yang tidak terlalu merasakan pengaruh, mencakup mereka yang merasakan manfaat perjalanan wisata terhadap kualitas hidup yang lebih sedikit dibanding dengan klaster lain. Klaster ini merupakan kelompok yang pasif dan tidak terlalu termotivasi untuk terlibat atau berkomunikasi dengan sekitarnya.
- b. Klaster (2) yang merasakan pengaruh secara kognitif mencakup mereka yang merasakan pengaruh cukup besar dari perjalanan wisata terhadap psikologis dan hubungan sosial yang mereka jalani. Mereka merasa adanya perjalanan wisata berpengaruh terhadap psikologis dan hubungan sosial.
- c. Klaster (3) yang merasakan pengaruh secara lingkungan sosial mencakup mereka yang merasakan pengaruh cukup besar dari perjalanan wisata terhadap lingkungan dan hubungan sosial mereka.
- d. Klaster (4) yang paling merasakan pengaruhnya mencakup mereka yang merasakan lebih banyak manfaat dari perjalanan wisata terhadap kualitas hidup. Mereka merupakan responden yang paling termotivasi dengan adanya perjalanan wisata dan memungkinkan mereka merasa sangat puas dengan pengalaman perjalanan yang mereka lakukan.

Penelitian ini mengungkapkan jika perjalanan wisata mempunyai pengaruh yang positif terhadap kualitas hidup segmen *emerging adulthood*. Hasil analisis klaster dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa ada perbedaan persepsi dalam merasakan pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup. Mayoritas responden merasa bahwa perjalanan wisata mempunyai pengaruh yang berarti terhadap kualitas hidup mereka, sama halnya dengan teori yang disampaikan oleh (Stamatiou, 2024). *Emerging adulthood* merupakan tahap kehidupan yang ditandai dengan eksplorasi identitas dan pembentukan hubungan sosial yang lebih luas (Arnett, 2000). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjalanan wisata dapat membantu seseorang dalam memperkuat hubungan sosial dan mengenal diri lebih dalam.

Uriely et al., (2002) menekankan bahwa perjalanan wisata merupakan sarana untuk eksplorasi identitas dan pengalaman yang dapat memberikan pemahaman tentang diri sendiri. Dalam penelitian ini, klaster 4 Yang Paling Berpengaruh merasakan bahwa perjalanan wisata berperan besar dalam memperkuat hubungan sosial. Salah satu pengaruh utama yang dirasakan oleh segmen *emerging adulthood* adalah aspek psikologis. Chen et al (2016) menyatakan bahwa perjalanan wisata dapat mengurangi tingkat stres dan meningkatkan kebahagiaan melalui pengalaman baru dan interaksi sosial antar sesama. Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa faktor psikologis dengan indikator merasa lebih bahagia memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya. Selain itu, perjalanan wisata juga membantu individu untuk dapat meningkatkan kepuasan, menemukan tujuan dalam kehidupan sehari-hari serta meningkatkan konsentrasi.

Kesimpulan

Berdasarkan teori-teori yang telah dibahas serta penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perjalanan wisata memiliki pengaruh positif terhadap kualitas hidup segmen *emerging adulthood*, terutama dalam aspek hubungan sosial dan psikologis. Motivasi perjalanan juga memiliki pengaruh terhadap bagaimana *emerging adulthood* melihat pengaruh perjalanan wisata terhadap kualitas hidup. Selain itu, analisis klaster yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak semua *emerging adulthood* merasakan pengaruh perjalanan wisata dengan cara yang sama sehingga pemahaman mengenai segmen ini menjadi penting untuk pengembangan strategi perjalanan wisata yang lebih efektif dan efisien. Dengan memperhatikan pengaruh positif perjalanan wisata terhadap kualitas hidup serta mengingat bahwa segmen ini merupakan salah satu segmen paling potensial dalam perjalanan wisata, para pengelola destinasi dapat menyoroti pengaruh ini dalam mempromosikan produk pariwisata untuk segmen *emerging adulthood* dan mempertimbangkan untuk mendukung perkembangan kualitas hidupnya karena segmen ini merasakan cukup banyak pengaruh positif dari adanya perjalanan wisata. Penggunaan teknologi dan sosial media juga dalam hal ini perlu dipertimbangkan mengingat segmen *emerging adulthood* mayoritas aktif dalam penggunaan teknologi dan media sosial misalnya dengan membuat konten yang menarik dan interaktif seperti video pengalaman wisata dari pengunjung yang telah merasakan manfaat perjalanan serta paket wisata yang dapat disesuaikan dengan karakteristik tiap klaster. Peran pemerintah juga diperlukan untuk mendukung kesadaran akan pentingnya perjalanan wisata terhadap kualitas hidup.

Daftar Pustaka

- Alghamdi, A. (2007). *Explicit And Implicit Motivation Towards Outbound Tourism: A Study Of Saudi Tourists*. Glasgow: University of Glasgow.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging Adulthood: A Theory Of Development From The Late Teens Through The Twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480.
- Arnett, J. J. (2007). Emerging Adulthood: What Is It, And What Is It Good For?. *Child Development Perspectives*, 1(2), 68-73.
- Asror, B. M. (2019). *Dampak Pariwisata Terhadap Kualitas Hidup Masyarakat Kota Batu*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Avecillas-Torres, I., Puente, S. H., Cordero, M. G., Nieto, F. C., Pacheco, K. F., Vanegas, B. A., & Figueroa, F. E. (2025). Nature Tourism and Mental Well-Being: Insights from a Controlled Context on Reducing Depression, Anxiety, and Stress. *Sustainability (Switzerland)*, 17(2), 3-6.
- Ayu, P., & Utami, P. A. S. (2018). Pengalaman Berwisata Meningkatkan Kualitas Hidup Lansia. *Jurnal Keperawatan Respati Yogyakarta*, 5(3), 420-427.

- Baroi, B. (2024). Impact Of Travel And Recreational Activities On Stress, Happiness, And Life Satisfaction Among University Students. *Science, Engineering and Health Studies*, 18, 1-10.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress In Information Technology And Tourism Management: 20 Years On And 10 Years After The Internet-The State Of Etourism Research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Chen, C. C., Petrick, J. F., & Shahvali, M. (2016). Tourism Experiences as a Stress Reliever: Examining the Effects of Tourism Recovery Experiences on Life Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 55(2), 150–160.
- Dolnicar, S., Lazarevski, K., & Yanamandram, V. (2013). Quality Of Life And Tourism: A Conceptual Framework And Novel Segmentation Base. *Journal of Business Research*, 66(6), 724-729.
- Eusébio, C., & Carneiro, M. J. (2014). The Impact Of Tourism On Quality Of Life: A Segmentation Analysis Of The Youth Market. *Tourism Analysis*, 19(6), 741-757.
- Fitriani, K. S., & Artajaya, M. (2025). Pengaruh Motivasi Perjalanan Terhadap Peningkatan Kualitas Hidup Wisatawan Domestik Dalam Melakukan Perjalanan Wisata Spiritual (Studi Kasus Pada Peserta Tirta Yatra Ke India). *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 10(1), 77-88.
- Hermila, A., Ashari, S. A., Bau, R. T. R., & Suhada, S. (2023). Eksplorasi Intensitas Penggunaan Sosial Media (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Teknik Informatika UNG). *Inverted: Journal of Information Technology Education*, 3(2).
- Hudiono, R. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia Terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 123-128.
- Maulidia, B. A., Idialis, A. R., Prasetyo, A. S., & Zakik, Z. (2024). Pengaruh Aspek Ekonomi, Sosial, Lingkungan Pariwisata Terhadap Kualitas Hidup Masyarakat Lokal di Kabupaten Pamekasan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1), 653-672.
- Molnar, P. (2009). Some Aspects Of The Measurement And Improvment Of Quality Of Life. *Quality of Life Research*, 1-5.
- Putri, A. E., & M Munandar, J. (2023). Analisis Faktor yang Berkontribusi dalam Pengembangan Wisata Halal dari Sudut Pandang Wisatawan di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(4), 373-391.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitaif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts And Implications For Advancing And Resetting Industry And Research. *Journal of Business Research*, 117(6).
- Stamatiou, P. (2024). Quality Of Life: The Role Of Tourism And Renewable Energy. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 18(1), 43.
- Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Surury, I. (2020). *Buku Praktikum Statistical Program For Sosial Science*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Suyanto, & Ugiana Gio, P. (2018). *Statistika Nonparametrik dengan SPSS, Minitab, dan R*. Medan: USU Press.
- Uriely, N., Yonay, Y., & Simchai, D. (2002). Backpacking Experiences: A Type And Form Analysis. *Annals Of Tourism Research*, 29(2), 520-538.
- Wahab, S. (2003). *Manajemen Keperjalanan Wisatawan*. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- WHO. (1996). WHOQOL-BREF: Introduction, Administration, Scoring And Generic Version Of The Assessment: Field Trial Version, December. *World Health Organization*, 1-16.