

**PENGARUH ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM DAN PERCEIVED
BEHAVIOR CONTROL TERHADAP MINAT BERWISATA MEDIS KE
MALAYSIA BAGI MASYARAKAT SURABAYA**

Albert Tanggara, Michael Stanley, Sienny Thio.

Email: **m33416033@john.petra.ac.id ; m33416114@john.petra.ac.id ;
sienny@petra.ac.id**

Program Manajemen Perhotelan, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh attitude, subjective norm dan perceived behavior control terhadap minat berwisata medis ke Malaysia bagi masyarakat Surabaya. Penelitian ini dilakukan pada 100 individu yang memiliki minat untuk melakukan wisata medis ke Malaysia. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket pada responden dengan teknik pengambilan sampel non probability dan purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dengan variabel bebas adalah attitude, subjective norm dan perceived behavior control, sedangkan variabel terikat adalah minat berwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel attitude, subjective norm dan perceived behavior control memberikan pengaruh signifikan terhadap niat berwisata medis ke Malaysia oleh masyarakat Surabaya.

Kata Kunci: Attitude, subjective norm, perceived behavioral control, minat berwisata medis, wisata medis, theory of planned behavior

Abstract: *This research was conducted to determine the influence of attitude, subjective norm and perceived behavior control towards the intention of medical tourism to Malaysia for Surabayans. This research was conducted on 100 individuals who had medical tourism to Malaysia. Data collection is done by distributing questionnaires to respondents with non-probability and purposive sampling. The analysis technique is multiple regression analysis, with attitude, subjective norm and perceived behavior control as the independent variables and the dependent variable is travel interest. The results showed that the attitude, subjective norm and perceived behavior control variables had significant influence on the medical travel intention for Surabayans to Malaysia.*

Keywords: *Attitude, subjective norm, perceived behavioral control, medical travel intention, medical tourism, theory of planned behavior*

PENDAHULUAN

Ganguli dan Ebrahim (2017) mengatakan dalam hal wisata medis, negara-negara Asia telah menjadi pelopor dalam bidang wisata medis, seperti Thailand, Singapura, dan India telah menjadi tiga negara terbesar yang memimpin dalam industri wisata medis dimana tiga negara ini diprediksi akan mengontrol aktivitas pengobatan di Asia sebanyak 80% di masa depan. International Healthcare Research Center and Global Healthcare Resources (2016) menyatakan bahwa industri wisata medis mencatat tingkat pertumbuhan industri hingga 20% per tahun. Malaysia saat ini adalah salah satu negara yang paling dicari di dunia untuk wisata medisnya, dimana jumlah pasien di Malaysia mencapai angka setinggi 850.000 pengunjung pada 2015 dengan pendapatan RM 900 juta (IMTJ, 2016), 860.000 pengunjung pada 2016 dengan pendapatan RM 1 miliar (The Star, 2017), dan akhirnya, 1 juta pengunjung pada 2017 dengan pendapatan RM 1,3 miliar (Macleod, 2017). Penyebab dari meningkatnya industri wisata medis secara pesat di Asia Tenggara adalah peningkatan infrastruktur secara signifikan, serta tingkat investasi yang tinggi di industri ini (Ormond & Sulianti, 2014).

Meskipun telah banyak penelitian mengenai wisata medis, baik di Singapore, India, maupun negara lain, tetapi belum banyak penelitian yang menggali bagaimana TPB berpengaruh pada minat warga Surabaya untuk melakukan wisata medis ke Malaysia. Oleh karena itu, melalui penelitian ini penulis ingin mengetahui lebih dalam pengaruh TPB yang dilihat dari *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavior control* terhadap minat berwisata medis ke Malaysia bagi masyarakat Surabaya.

TEORI PENUNJANG

Wisata Medis

Wisata adalah kegiatan bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan sebagainya) menurut Kamus Besar Bahasa

Indonesia. Rosalina, Suteja, Putra, dan Pitanatri (2015) mengungkapkan bahwa wisata adalah perpindahan sementara oleh sekelompok orang ke destinasi di luar tempat kerja dan tempat tinggal normalnya dan aktivitas yang dilakukan selama tinggal di destinasi tersebut dan fasilitas yang diberikan untuk memenuhi kebutuhannya dan biasanya, lingkup wisata dimana seorang individu berwisata menyodorkan berbagai aktivitas dan fasilitas menarik. Salah satu hal yang menjadi topik menonjol dalam berwisata adalah motivasi dari seorang wisatawan karena motivasi merupakan langkah awal dari proses perilaku perjalanan, dan dianggap sebagai salah satu faktor yang paling penting untuk membuat wisatawan berkunjung ke tempat wisata tersebut (Hsu & Huang, 2012).

Theory of Planned Behavior

Ajzen (1991), pertama kali memperkenalkan TPB mengatakan akan tujuan utama TPB adalah untuk dapat memprediksi dan menjelaskan perilaku individu. Seseorang akan cenderung melakukan sebuah perilaku tertentu jika individu percaya bahwa perilaku tersebut akan membuahkan hasil yang baik. (Hsu dan Huang, 2012) menambahkan bahwa TPB terutama dapat diterapkan kepada perilaku yang tidak sepenuhnya di bawah kendali seseorang. Teori ini mencakup proses yang relatif kompleks dalam mempertimbangkan kerugian pribadi dan manfaat saat terlibat dalam segala macam perilaku

Attitude

Akkus dan Erdem (2013) menjelaskan bahwa attitude dapat dijelaskan sebagai penilaian individu yang berkenan dan tidak berkenan terhadap sebuah perilaku. Hsu dan Huang (2012) menambahkan bahwa Attitude adalah kecenderungan seseorang menilai positif atau negatif, diciptakan melalui pengalaman dan pembelajaran, untuk merespon dan berperilaku secara konsisten terhadap target tertentu seperti produk atau tujuan wisata. (Ajzen & Fishbein, 2000) menjelaskan bahwa persepsi attitude dalam pembentukan sikap sangat berdampak dalam wisata medis untuk melakukan penilaian evaluatif seperti persepsi turis, keterlibatan pribadi dan niat untuk berperilaku. Ajzen, Parson, Siegel (1997) menambahkan bahwa attitude dibentuk oleh resiko (perceived risks) dan keuntungan (perceived benefits) saat seseorang melakukan atau terlibat dalam suatu perilaku yang menentukan niat dalam berperilaku (behavioural intention). Borkowski (2005) terdapat 3 komponen yang mempengaruhi sebuah keputusan terhadap attitude seseorang yaitu feelings: perasaan seseorang terhadap sesuatu, belief: pemikiran seseorang terhadap sesuatu, action: tindakan seseorang terhadap sesuatu

Subjective Norm

Subjective norm merupakan pandangan orang lain yang dipandang sebagai hal yang penting terhadap individu dan dapat mempengaruhi pemilihan keputusan orang lain (Ajzen, 1991). Banyak sekali definisi dari para peneliti terdahulu seperti Akkus dan Erdem (2013) memberi definisi bahwa subjective norm menjelaskan umpan-balik yang dirasakan individu tentang sebuah perilaku. Saat seseorang yang dihormati oleh

kerabatnya dituntut untuk berperilaku tertentu, subjective norm akan memberikan tekanan (sosial) dalam mengaktualisasi perilaku tersebut. Hsu dan Huang (2012) juga menjelaskan bahwa subjective norm merujuk pada persepsi individu tentang acuan sosial, atau kepercayaan orang lain bahwa wajib atau tidak wajib seseorang melakukan perilaku ini, karena manusia selalu mencari penerimaan dari komunitas individu untuk standar pengambilan kesimpulan.

Perceived Behavior Control

Akkus dan Erdem (2013) menjelaskan bahwa perceived behavior control menunjukkan apakah sebuah perilaku adalah bagian dari kemauan diri sendiri. Perceived behavior control menjelaskan hadir atau tidak hadirnya sebuah sumber daya dan peluang yang diperlukan untuk merealisasikan sebuah perilaku. Hsu dan Huang (2012) juga menambahkan bahwa perceived behavior control adalah tentang persepsi individu tentang kemampuannya untuk melakukan dan melaksanakan sebuah perilaku. Seberapa besar mampu atau peluang yang tersedia dapat menentukan kemungkinan dari terlaksananya sebuah perilaku, seperti faktor pendukung, konteks peluang, ketersediaan sumber daya, dan kontrol dari sebuah aksi. Penyertaan PBC menyediakan informasi tentang kendala potensial tentang perilaku yang dirasakan oleh sang pelaku. Lee, et al. (2010) merangkum bahwa terdapat 3 poin yang menunjukkan PBC yang terdiri dari merupakan sebuah pilihan, dapat melakukan hal itu kapanpun, dan memiliki sumber daya (seperti: uang, waktu, dan kesempatan)

Minat Berwisata

Al-Nahdi, et al., (2015) menemukan dua pengertian dari minat. Pengertian pertama adalah minat sebagai tanda dan indikasi kesediaan individu untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan, dan merupakan penghubung langsung perilaku. Pengertian kedua dari minat adalah sebagai variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu attitude, subjective norm dan perceived behavior control. Minat seseorang tidak hanya menyebabkan orang tersebut untuk bertindak, tetapi membantu membentuk alasan praktisnya seiring waktu (Sheehan, 2015). Han et al., (2010) menambahkan bahwa minat berwisata adalah kemauan dan potensi pengunjung untuk mengunjungi destinasi tertentu. Dalam penelitian Mualla (2010), jika *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavior control* positif terhadap minat berwisata, maka kegiatan berwisata medis akan benar-benar dilakukan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan kausal. Penelitian ini memiliki populasi yang tidak terbatas (*infinite*). Populasi dalam penelitian ini meliputi masyarakat Surabaya dan pernah berwisata medis ke Malaysia. Metode pemilihan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dimana sampel yang dipilih dari anggota populasi tidak semua memiliki peluang yang sama. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah teknik *non-probability sampling* dimana teknik ini tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel, melainkan berdasarkan pertimbangan dari peneliti sendiri. Kriteria sampel yang digunakan adalah Mempunyai KTP asli Surabaya, Pernah berwisata medis ke Malaysia dalam kurun waktu 3 tahun terakhir (Maret 2017 – Februari 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner secara *online*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian yang memenuhi kriteria sampel. Kuesioner telah disusun menggunakan aplikasi *Google Form* dan disebarluaskan melalui media sosial *Line Messenger*, *Whats App*, dan *Instagram*. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Demografis

Dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 100 responden memiliki KTP Surabaya dan pernah melakukan perawatan medis ke Malaysia. Mayoritas responden dengan persentase 44% berwisata medis ke Malaysia sebanyak 2 kali dalam 3 tahun terakhir (Maret 2017- Februari 2020) dengan durasi penginapan 1-2 minggu. Selama 1-2 minggu tersebut, 70% dari responden pasti mengunjungi tempat- tempat wisata saat melakukan perawatan medis. Gambaran kota tujuan mereka dalam kegiatan kunjungan medis adalah Penang dan Kuala Lumpur yang memiliki angka masing- masing sebesar 39%. Sebanyak 54 dari 100 responden adalah pria, dan mayoritas dari responden yang terdiri dari 32 orang, berasal dari kelompok usia 36-46 tahun. Sebanyak 79 responden berstatus sudah menikah dan 29% dari responden tersebut berwisata medis ke Malaysia bersama dengan pasangan (suami/istri). Rata-rata, pendidikan terakhir responden adalah Sarjana (S1)/ sederajat sebanyak 59 orang. 30% dari responden adalah pemilik usaha/ wiraswasta dan memiliki pendapatan per bulan lebih dari Rp. 20.000.000. 65 dari 100 responden paling sering melakukan perawatan medis dalam bentuk membeli obat dengan rata- rata pengeluaran sebesar Rp 10.000.000- 30.000.000.

Analisis Deskriptif

Hasil nilai mean mengindikasikan bahwa kecenderungan tertinggi responden terhadap variabel *attitude* (X1) adalah pada nilai mean tertinggi yaitu indikator X1.4 dengan pernyataan “Menurut saya, mengunjungi Malaysia untuk perawatan medis

merupakan hal yang menggembirakan.” sebesar 4.20, dan nilai standar deviasi sebesar 0.85 yang menunjukkan bahwa jawaban dari responden cenderung seragam karena angka standar deviasi yang rendah karena dibawah 1

Hasil nilai mean mengindikasikan bahwa kecenderungan tertinggi responden terhadap variabel *subjective norm* (X2) adalah pada nilai mean tertinggi yaitu indikator X2.2 dengan pernyataan “Orang yang penting bagi saya akan ke Malaysia untuk perawatan medis.” dengan nilai mean 4.54 dan nilai standar deviasi sebesar 0.66 yang menunjukkan bahwa jawaban dari responden cenderung seragam karena angka standar deviasi yang rendah. Orang penting bagi saya disini mencerminkan signifikansi dan kecenderungan yang besar terhadap keputusan individu dalam berwisata medis

Dari variabel *perceived behavioral control* (X3), kecenderungan tertinggi responden terhadap variabel adalah dengan nilai mean tertinggi yang ada pada indikator X3.3 dengan pernyataan “Saya memiliki dana yang cukup untuk melakukan perawatan medis ke Malaysia.” dengan nilai mean 4.32. Sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0.78 yang menunjukkan bahwa jawaban dari responden cenderung seragam karena angka standar deviasi yang rendah dan >1. Dana yang cukup dalam konteks ini adalah segala aspek finansial, dari biaya hidup selama di Malaysia sampai biaya perawatan medis itu sendiri.

Pada variabel (Y) minat berwisata medis, nilai mean tertinggi yang menunjukan kecenderungan wisatawan ada pada indikator Y1.1 dengan pernyataan “Saya berkeinginan untuk melakukan perawatan medis kembali ke Malaysia jika saya mempunyai kesempatan di masa yang akan datang.” dengan nilai mean sebesar 4.32. Nilai standar deviasi sebesar 0.87 yang menunjukkan bahwa jawaban dari responden cenderung seragam karena angka standar deviasi yang rendah karena >1.

Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis t dalam penelitian ini dituangkan dalam tabel 1 berikut:

Model	B	T	Sig
(Constant)	-1.439	-4.274	.000
<i>Attitude</i> (X1)	.334	4.213	.000
<i>Subjective Norm</i> (X2)	.489	4.957	.000
<i>Perceived Behavior Control</i> (X3)	.506	7.340	.000

Dari hasil tabel di atas maka persamaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

$$Y = -1.439 + 0.334 X1 + 0.489 X2 + 0.506 X3$$

Persamaan di atas menunjukkan bahwa variabel *attitude* memiliki pengaruh sebesar 0,334 terhadap minat berwisata medis, sedangkan variabel *subjective norm* dan *perceived behavior control* memiliki pengaruh sebesar 0.489 dan 0.506. Seluruh variabel

independen menunjukkan pengaruh positif. Konstanta persamaan disini merupakan hasil perhitungan dari variabel kuantitatif yang menunjukkan adanya pengaruh diluar variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen dan pengaruh tersebut bersifat konstan. Dalam prakteknya konstanta menggambarkan hubungan antara variabel independen terhadap dependen yang tidak dapat dijelaskan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan data mean terbanyak dari indikator attitude adalah bahwa mengunjungi Malaysia untuk perawatan medis merupakan hal yang menggembirakan. Dapat di simpulkan bahwa mayoritas wisatawan medis pergi ke Malaysia dengan sebuah sikap yang positif (menggembirakan), dikarenakan banyak sekali faktor yang mempermudah dan memanjakan wisatawan Surabaya saat berwisata medis ke Malaysia. Chief commercial officer MHTC (Malaysia Healthcare Travel Council) memperkuat hypotesis penelitian ini dengan perkataan sebagai berikut, “Kami (MHTC) bekerja sama dengan berbagai pihak untuk memberikan penawaran menarik, salah satunya dengan Traveloka, bisa mendapatkan diskon penginapan sebesar 25%. Kota Medan terbanyak pertama, karena sangat dekat dengan Penang, dilanjutkan Surabaya dan Jakarta.” Statemen ini dengan jelas mengatakan bahwa Malaysia tidak hanya fokus dalam bidang medis, namun juga memprioritaskan faktor kesenangan dan kenyamanan wisatawan dalam aspek penginapan, penjemputan, hingga rekomendasi rujukan rumah sakit yang tepat yang secara langsung mempengaruhi attitude wisatawan.

Sedangkan mean terbanyak dari indikator subjective norm adalah orang yang penting bagi wisatawan akan ke Malaysia untuk perawatan medis. Hasil ini dapat diartikan bahwa jika orang yang penting bagi responden memiliki kesempatan yang sama untuk berwisata medis ke Malaysia, maka orang tersebut akan juga melakukan hal yang sama. Mean tertinggi dari indikator ke tiga adalah apakah wisatawan memiliki dana yang cukup untuk melakukan perawatan medis ke Malaysia. Sedangkan kecenderungan terbesar pada minat berwisata yang dihasilkan dari ketiga indikator diatas adalah bahwa wisatawan berkeinginan untuk melakukan perawatan medis kembali ke Malaysia jika mereka mempunyai kesempatan di masa yang akan datang.

Telah ditemukan bahwa attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control adalah variabel yang sangat esensial dalam mempengaruhi minat wisatawan medis masyarakat Surabaya untuk berwisata medis ke Malaysia. Penelitian terdahulu oleh Samuel dan Jonathan (2019) yang menggunakan TPB dalam meneliti konsumen Indonesia yang sudah berwisata medis ke Malaysia mengatakan bahwa dari ketiga indikator, variabel attitude berpengaruh paling signifikan dan subjective norm menempati posisi ke dua, sedangkan perceived behavioral control adalah indikator yang paling tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan hasil dari penelitian ini justru bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Samuel dan Jonathan (2019).

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan dari penelitian ini adalah variabel attitude berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwisata medis. Dalam hal ini, berarti hipotesis pertama dinyatakan diterima, *subjective norm* berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwisata medis. Dalam hal ini, berarti hipotesis kedua dinyatakan diterima, *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwisata medis. Dalam hal ini, berarti hipotesis ketiga dinyatakan diterima, *perceived behavioral control* berpengaruh paling signifikan terhadap minat berwisata medis karena memiliki pengaruh terbesar yaitu 0.506. Dalam hal ini, hipotesis keempat dinyatakan berpengaruh paling dominan terhadap minat berwisata medis ke Malaysia bagi masyarakat Surabaya.

Berdasarkan data dari penelitian ini penulis dapat memberikan beberapa saran kepada peneliti selanjutnya yaitu bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti variabel behavioral belief yang membentuk attitude, normatif belief yang membentuk subjective norm dan control belief yang membentuk perceived behavior control. Karena variabel-variabel ini merupakan variabel yang penting untuk membentuk TPB menjadi teori yang lebih dalam dan lengkap. Kepada rumah sakit di Indonesia, khususnya di Surabaya, mengingat *perceived behavior control* merupakan salah satu variabel yang dominan, maka disarankan agar lebih memperhatikan dalam hal keterjangkauan di segi biaya dan lokasi yang mudah diakses

DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. Berlin: Springer Science & Business Media.
- Ajzen, I., (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp.179-211.
- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: The theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121-138.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: reasoned and automatic processes. *European review of social psychology*, 11(1), 1-33.
- Akkus, G., & Erdem, O. (2013). Food tourists intentions within the TPB framework. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3, 9.
- Ajzen, I., Albarracin, D., & Hornik, R. (2007). *Prediction and change of health behavior: Applying the reasoned action approach*. Psychology Press .
- Alam, S. S., & Sayuti, N. M. (2011). Applying the theory of planned behavior (TPB) in halal food purchasing. *International journal of Commerce and Management*, 8-20
- Al-Nahdi, T. S., Habib, S. A., Bakar, A. H. A., Bahklah, M. S., Ghazzawi, O. H., & Al-Attas, H. A. (2015). The effect of attitude, dimensions of subjective norm, and

- perceived behavior control, on the intention to purchase real estate in Saudi Arabia. *International Journal of Marketing Studies*, 7(5), 120.
- Asyhad, M. (2017). Inilah Alasan Kenapa Orang Indonesia Lebih Suka Berobat ke Luar Negeri Dibanding di Negara Sendiri - Semua Halaman - Intisari. Intisari.grid.id. Retrieved 19 June 2020, from <https://intisari.grid.id/read/0396750/inilah-alasan-kenapa-orang-indonesia-lebih-suka-berobat-ke-luar-negeri-dibanding-di-negara-sendiri?page=all>.
- Bagozzi, R., Gurhan-Canli, Z., & Priester, J. (2002). *The social psychology of consumer behaviour*. McGraw-Hill Education (UK).
- Bianchi, C., Milberg, S., & Cúneo, A. (2017). Understanding travelers' intentions to visit a short versus long-haul emerging vacation destination: the case of Chile. *Tourism Management*, 59, 312-324.
- Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2012). *Consumer Behavior*. Thomson/South-Western.
- Borkowski, N. (2016). *Organizational behavior in health care*. Jones & Bartlett Publishers.
- Bratman, M. E. (2013). *Shared agency: A planning theory of acting together*. Oxford University Press.
- Cannon Hunter, W. (2007). Medical tourism: A new global niche. *International Journal of Tourism Sciences*, 7(1), 129-140.
- Douglas, N., Douglas, N., & Derret, R. (2001). *Special Interest Tourism*. Melbourne, Australia: Wiley.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan minat beli merek ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen: Metode penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ganguli, S., & Ebrahim, A. H. (2017). A qualitative analysis of Singapore's medical tourism competitiveness. *Tourism Management Perspectives*, 21, 74-84.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least square (Structural equation modeling: Alternative metode use partial least square)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gill, H., & Singh, N. (2011). Exploring the factors that affect the choice of destination for medical tourism. *Journal of Service Science and Management*, 4(03), 315.

- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (2015). *Health behavior: Theory, research, and practice*. John Wiley & Sons.
- Godin, G., & Kok, G. (1996). The theory of planned behavior: A review of its applications to health-related behaviors. *American journal of health promotion*, 11(2), 87-98.
- Goodrich, J. N., & Goodrich, G. E. (1987). Health-care tourism: An exploratory study. *Tourism Management*, 8(3), 217-222.
- Han, H., Hsu, L. T. J., & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325-334.
- Handayani, I. (2019). 60% Pasien Asing di Malaysia Berasal Dari Indonesia. *beritasatu.com*. Retrieved 18 June 2020, from <https://www.beritasatu.com/kesehatan/538106/60-pasien-asing-di-malaysia-berasal-dari-indonesia>.
- Hsu, C. H., & Huang, S. (2012). An extension of the theory of planned behavior model for tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(3), 390-417.
- IMTJ. (2017). Malaysia and Indonesia form Strategic Partnership. Retrieved 18 June 2020, from <https://www.imtj.com/news/malaysia-and-indonesia-form-strategic-partnership/>.
- Khan, I. (2017). Medical Tourism Revenue Hit RM1 Billion in 2016. Retrieved 18 June 2020, from <https://www.mhtc.org.my/medical-tourism-revenue-hit-rm1-billion-in-2016/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th global ed., p. 642).
- Kuncoro, M. (2003). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 52.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Edisi Ketiga. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kurniawan, R. (2016). *Analisis regresi*. Prenada Media.
- Lee, M., Han, H., & Lockyer, T. (2012). Medical tourism— Attracting japanese tourists for medical tourism experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(1), 69-86.
- Malhotra, N., & Birks, D. (2007). *Marketing research: An applied approach: 3rd European Edition*. Pearson education.
- Macleod, A. (2017). Special Report: Malaysia's Healthcare Sector Provides a Catalyst for Growth. Retrieved from Global Risk Insights: <http://globalriskinsights.com/2017/04/malaysia-healthcare-sector>.
- Medlik, S. (1996). *Dictionary of travel, tourism and hospitality*. British library catalogue on publication data.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90.

- Na, S. A., Onn, C. Y., & Meng, C. L. (2016). Travel intentions among foreign tourists for medical treatment in malaysia: An empirical study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 546-553.
- Ormond, M., & Sulianti, D. (2017). More than medical tourism: Lessons from indonesia and malaysia on south-south intra-regional medical travel. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 94-110.
- Ormond, M., Mun, W. K., & Khoon, C. C. (2014). Medical tourism in malaysia: how can we better identify and manage its advantages and disadvantages? *Global health action*, 7(1), 25201.
- Ormond, M. (2015). En route: Transport and embodiment in international medical travel journeys between indonesia and malaysia. *Mobilities*, 10(2), 285-303.
- Post, T. J. (2017, September 27). Tourism and Health Ministries to Develop Medical Tourism in Indonesia. Retrieved from <https://www.thejakartapost.com/travel/2017/09/27/tourism-and-health-ministries-to-develop-medical-tourism-in-indonesia.html>
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri belajar analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Purba, T.A., (2017). Inilah Alasan Kenapa Orang Indonesia Lebih Suka Berobat ke Luar Negeri Dibanding di Negara Sendiri - Semua Halaman - Intisari. Retrieved from <https://intisari.grid.id/read/0396750/inilah-alasan-kenapa-orang-indonesia-lebih-suka-berobat-ke-luar-negeri-dibanding-di-negara-sendiri?page=all>
- Ramamonjarivelo, Z., Martin, D. S., & Martin, W. S. (2015). The determinants of medical tourism intentions: Applying the theory of planned behavior. *Health marketing quarterly*, 32(2), 165-179.
- Robinson, P., Heitmann, S., & Dieke, P. U. (Eds.). (2011). Research themes for tourism. *Centre for Agriculture and Bioscience International*.
- Rosalina, P. D., Suteja, I. W., Putra, G. B. B., & Pitanatri, P. D. S. (2015). Membuka pintu pengembangan medical tourism di bali. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*.
- Saragih, H. S., & Jonathan, P. (2019). Views of indonesian consumer towards medical tourism experience in malaysia. *Journal of Asia Business Studies*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (Vol. XI). England: Pearson Education Limited
- Sheehan, D. (2015). Mistake, failure of the consideration and the planning theory of intention. *Can. JL & Jurisprudence*, 28, 155.
- Shin, Y. H., & Hancer, M. (2016). The role of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and moral norm in the intention to purchase local food products. *Journal of foodservice business research*, 19(4), 338-351.
- Silalahi, U. (2009). *Social research methods*. Bandung, Refika Aditama.

- Soliman, M. (2019). Extending the theory of planned behavior to predict tourism destination revisit intention. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1-26.
- Sugiyono, 2009, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D [Quantitative and qualitative and R&D research methods]*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Star, the. (2017). Medical Tourism Expected to Hit RM1.3bil in Revenue this Year. The Star Online. Retrieved 19 June 2020, from <https://www.thestar.com.my/business/business-news/2017/02/14/medical-tourism-expected-to-hit-rm13bil-in-revenue-this-year/>.
- Trafimow, D. (2009). The theory of reasoned action: A case study of falsification in psychology. *Theory & Psychology*, 19(4), 501-518.
- TEMPO.CO (2013), “Kenapa orang Indonesia suka berobat ke Singapura?” <https://gaya.tempo.co/read/513921/kenapa-orang-indonesia-suka-berobat-ke-singapura/full&view=ok>
- Umar, H. (2003). *Metode riset perilaku konsumen jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 64.
- Weiler, B., & Hall, C. M. (1992). *Special interest tourism*. Belhaven Press.
- Yap, J. C. H. (2006). *Medical tourism and singapore*. International hospital federation reference book.
- Yet Mee, L., Cham, T. H., & Chuan, S. B. (2018). Medical Tourists’ Behavioral Intention in relation to Motivational Factors and Perceived Image of the Service Providers, *International Academic Journal of Organizational Behavior and Human Resource Management*, 5(3), 1-16.