



## RASIONAL GENERASI Z MEMILIH KOLAM RETENSI *BOULEVARD* KOTA KENDARI SEBAGAI FITUR OLAHRAGA UNGGULAN

Nisrina Hamid<sup>1</sup>, Inayah Abdillah Rabbani<sup>2</sup>, Fitri Lapau<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Kendari, Kendari, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Kendari, Kendari, Indonesia,

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Kendari, Kendari, Indonesia

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*

Diterima: 27 Maret

Disetujui: 1 April

Dipublikasikan: 4 April

*Keywords:*

*Electronic word of mouth;healty lifestyle; facilities;election decision, Z generation.*

### Abstract (inggris)

*Generation Z has a different character from previous generations who rely heavily on technology in their development and growth, including getting digital-based references or information, including in deciding on choices to exercise. This study aims to determine the effect of facility variables, electronic word of mouth (e-wom) as a rational aspect of generation Z choosing the Kendari City boulevard retention pool as a superior sports feature using the SEM PLS approach with a sample size of 170 respondents using purposive sampling method with criteria, namely generation Z aged 12-28 years, and at least 2 times have exercised at the Kendari City boulevard retention pool. The results showed that the facility construct, e-wom had a positive and significant effect on the decision to choose the Kendari City boulevard retention pool, while the healty lifestyle construct had no positive and significant effect. The results of the R-Square value indicate a very strong correlation between facilities, e-wom and healty lifestyle in the selection decision of 0.997. The Adjusted R-Square value of 0.997 indicates that the exogenous variables are able to explain 99.7% of the endogenous variables while 0.3% is explained by other variables not examined in this study.*

*Kata kunci : Electronic word of mouth;healty lifestyle; facilities;election decision, Z generation.*

<sup>✉</sup>correspondence Address

Institutional address: Universitas PGRI Semarang

E-mail: [niskandar290@gmail.com](mailto:niskandar290@gmail.com)

ISSN

2809-6282 (online)

## PENDAHULUAN

Kolam retensi *Boulevard* bagian dari system pengendali banjir di Kota Kendari yang mampu mereduksi banjir 70 M<sup>3</sup>/detik atau 12% selama 25 tahun dengan total luas hulu dan hilirnya seluas 8,9 Ha dengan daya tampung 455.000 M<sup>3</sup>. Sejak diresmikan pada tahun 2021 kolam retensi tidak hanya berfungsi untuk mereduksi banjir tetapi dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai ruang publik salah satunya sebagai sarana olahraga yang ramai dikunjungi oleh warga setempat. Pengembangan infrastruktur olahraga dan rekreasi salah satu diantara tersedianya fasilitas yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sarana olah raga. Area terbuka yang luas juga menjadi salah satu faktor pendukung untuk melakukan aktivitas fisik di kolam retensi *boulevard* seperti *jogging* dan bersepeda (BWS Kendari, 2022)

Keputusan pemilihan fitur olahraga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya fasilitas, promosi melalui *electronic word of mouth* (E-Wom), dan gaya hidup atau *healty lifestyle* generasi Z ((Paat et al., 2020). Kepuasan dapat dicapai dengan memberikan fasilitas yang baik mempengaruhi Keputusan masyarakat dalam memilih suatu produk. Fasilitas merupakan variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting oleh karena itu fasilitas harus didukung oleh kondisi fasilitas itu sendiri, desain interior dan eksterior serta kebersihan pun harus menjadi pertimbangan penting terutama yang berhubungan erat dengan nilai yang dirasakan oleh pengunjung (Suwito, 2022).

Strategi komunikasi juga dengan memanfaatkan platform media sosial juga memudahkan masyarakat atau pengunjung lain untuk mendapatkan informasi tentang kolam retensi *boulevard* kendari. *Electronic Word of Mouth* (E-Wom) merupakan salah satu bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan atau memilih suatu produk. Komunikasi E-Wom berupa komentar, like maupun ajakan (Widyanto et al., 2017). E-Wom tidak hanya menjadi forum diskusi online, blog, electronic bulletin board, dan sosial media melainkan lebih mudah diakses karena sebageian besar teksnya dapat diarsipkan karena berbasis internet, dan kredibilitas komunikator dapat dinilai oleh seseorang secara online (Cheung & Lee, 2012).

Kelompok yang energik dan kreatif diidentikkan dengan generasi Z. Generasi ini menjaga kesehatannya dengan mengadopsi hal atau kebiasaan unik sebagai ciri gaya hidup sehat atau *healty lifestyle*. Generasi Z cenderung mencari metode kreatif untuk menjaga aktivitas mereka yang tidak hanya terpaku pada rutinitas gym tetapi lebih suka terlibat dalam kegiatan yang menyenangkan seperti tarian, olahraga ekstrem atau bahkan berpartisipasi dalam kebugaran melalui platform media sosial (Febrian, 2023). Kolam retensi *boulevard* menjadi fitur unggulan masyarakat khususnya generasi Z sangat relevan dengan perilaku generasi tersebut, dalam memilih tempat berolahraga maka generasi Z mempertimbangkan beberapa hal yaitu kemudahan mengakses lokasi, lingkungan yang bersih dan nyaman, dan *instagramable*. Olahraga bagian dari gaya hidup gen Z untuk menjaga kesehatan dan kebugaran. Hasil survey terhadap 300 sampel generasi Z, jenis olah raga yang paling sering dilakukan adalah lari, (55,33%), jalan santai (52,33%), bulu tangkis (21,76%) dan bersepeda (21,33%) (Widi, 2023).



Kolam Retensi Boulevard salah satu rekomendasi tempat untuk berakhir pekan bagi masyarakat Kota Kendari, Sulawesi Tenggara (Sultra). Kolam tersebut tepatnya berada di Jalan Boulevard, Kelurahan Lepo-Lepo, Kecamatan Baruga, Kota Kendari, Provinsi Sultra.

Gambar 1 Aktivitas olahraga di kolam retensi boulevard Kota Kendari  
Sumber : Tribun News Sultra, 2023

Variabel fasilitas, *Electronic Word of Mouth* dan *healty lifestyle* generasi Z menjadi pertimbangan rasionil dalam memilih fitur olahraga unggulan yang ada di Kota Kendari. Beberapa riset juga menunjukkan variabel fasilitas, *e-wom* mempengaruhi seseorang dalam memutuskan atau memilih suatu produk termasuk sarana olahraga (Lorenzo & Putra, 2023). Hasil riset yang sama juga dilakukan oleh (Millenia Maharani Paat et al., 2022) menemukan bahwa dalam keputusan pemilihan tempat berolahraga selain ditentukan oleh variabel kelompok referensi dan promosi media sosial, variabel lainnya yakni fasilitas, *e-wom* dan *healty lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan tempat berolahraga.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui rasionil generasi Z memilih kolam retensi boulevard Kendari sebagai fitur olahraga unggulan yang dipengaruhi oleh fasilitas, *e-wom* dan *healty lifestyle*.

## **HIPOTESIS**

### **Hubungan antara Fasilitas dengan Keputusan Pemilihan**

Fasilitas dapat menjadi salah satu faktor penentu dalam memutuskan pilihan untuk menggunakan suatu produk layanan jasa termasuk keputusan memilih saran atau tempat olahraga yang dianggap representative. Kottler (2009) mendefinisikan fasilitas sebagai komponen yang disediakan oleh perusahaan yang dapat digunakan oleh konsumen dalam rangka memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai pengguna jasa tersebut. Kottler (2009) mendefinisikan fasilitas sebagai komponen yang disediakan oleh perusahaan yang dapat digunakan oleh konsumen dalam rangka memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai pengguna jasa tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Mella & Hulu, 2023), menemukan fasilitas terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan produk jasa yang ditawarkan, namun berbeda dengan beberapa riset lainnya yang dilakukan oleh (Maharani Paat & Moniharapon, 2020), (B, Erratna & Tjahjaningsih, 2022), (Mahiri et al., 2021) yang menemukan variabel fasilitas mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya

atau pun dalam melakukan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Mella & Hulu, 2023), menemukan fasilitas terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan produk jasa yang ditawarkan, namun berbeda dengan beberapa riset lainnya yang dilakukan oleh (Maharani Paat & Moniharapon, 2020), (B, Erratna & Tjahjaningsih, 2022), (Mahiri et al., 2021) yang menemukan variabel fasilitas mempengaruhi konsumen dalam menemtukan pilihannya atau pun dalam melakukan pembelian.

## **H1: Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pemilihan tempat berolahraga**

### **Hubungan antara Electronic Word of Mouth dengan Keputusan Pemilihan**

E-wom merupakan bentuk media sosial yang merepresentasikan pandangan dan reaksi masyarakat terhadap manfaar dan keyakinan terhadap sebuah informasi tentang data yang telah diolah lebih teratur dan terstruktur mengenai suatu topik (Cheung & Lee, 2012) dapat berupa website, iklan, aplikasi online seluler, video online, emai, blog, sosial media yang mampu menarik konsumen dan membagikannya kepada orang lain (Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, 2020). Studi yang dilakukan oleh perusahaan konsultan MCKinsey & Company yang menyatakan bahwa keputusan pembelian suatu produk yang direkomendasi dari orang lain yang dikenal lebih efektif hingga 50 kali lipat dibandingkan dengan rekomendasi dari orang yang tidak dikenal (McKinsey, 2012).

Bentuk komunikasi E-wom atau *Electronic word of mouth* bukan suatu proses yang status tetapi terjadi pertukaran informasi yang dinamis dan berkelanjutan karena pesan tersebar secara online dan spontan, serta menjadi rekomendasi secara online untuk orang lain (Ismagilova et al., 2017). E-wom juga mencerminkan persepsi masyarakat mengenai manfaaat, kegunaan maupun bentuk kepercayaan terhadap informasi yang diperoleh secara online (Chen, YC, Shang, RA, & Li, 2014). Hasil penelitian yang dilakukan (Juniarta et al., 2023), (Juniarta et al., 2023), (Hamid & Swastika, 2023) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *e-wom* dan keputusan terhadap pembelian maupun pemilihan menggunakan produk maupun jasa, sehingga *e-wom* dapat dijadikan sebagai salah satu strategi untuk mempengaruhi keputusan konsumen. Hasil Penelitian tersebut juga didukung oleh studi literatur yang dilakukan (Buchori, 2021) yang menyatakan *e-wom* merupakan salah satu penentu keputusan konsumen dalam melakukan pembelian atau keputusan dalam pemilihan.

## **H2 : Electronic Word of Mouth berpengaruh terhadap keputusan pemilihan tempat olahraga**

### **Hubungan Healty lifestyle dengan Keputusan Pemilihan**

*Healty lifestyle* tidak hanya berfokus pada perawatan fisik yang dilakukan melalui diet dan olahraga melainkan mencakup berbagai aspek. *Healty lifestyle* dapat didefinisikan sebagai habit atau kebiasaan yang bertujuan menjaga dan meningkatkan kesehatan dengan melakukan aktivitas fisik secara teratur, tidak merokok, menjaga berat badan agar ideal dan menjaga pola makan yang sehat (Balanzá-Martínez et al., 2021). Hasil penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal *Digital Health* oleh Smith et all (2019) menyatakan 75% dari generasi Z mengindikasikan bahwa mereka menggunakan perangkat seluler untuk mengakses informasi kesehatan dan kebugaran. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z tidak hanya menerima informasi secara pasif, melainkan juga secara aktif terlibat dalam membentuk pola

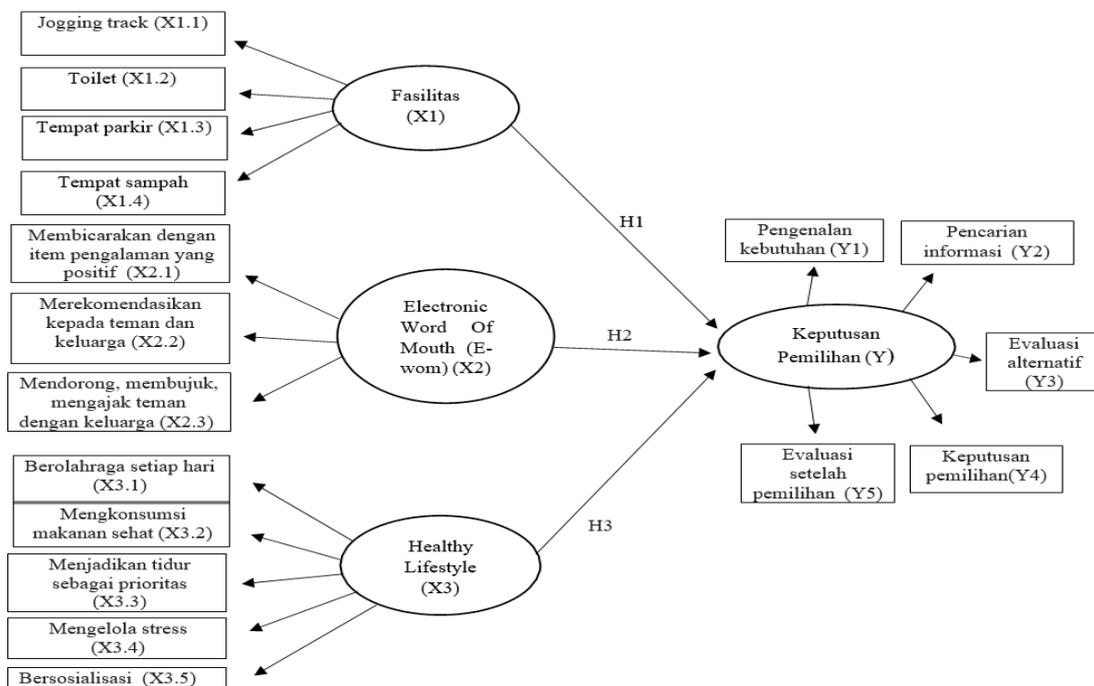
hidup sehat (Anonim, 2024). Generasi Z adalah generasi yang paling suka melakukan aktivitas fisik (berolahraga) dan dipandang sebagai generasi internet dan digital (Redaksi, 2018). Gaya hidup sehat (healty lifestyle) merupakan pola hidup individu yang tercermin dalam aktivitas, minat dan pendapatnya (Kotler, P., & Armstrong, 2018). Penelitian yang dilakukan (Kurniati et al., 2019), (Suciani & Sri Ayuni, 2022), (Dwi Afidah & Rohyani, 2023), (Ardista & Wulandari, 2020) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara healty lifestyle dengan keputusan pemilihan, hal ini tentu saja mengindikasikan bahwa semakin tinggi kesadaran masyarakat terhadap kesehatan yang merupakan bagian dari gaya hidupnya maka semakin tinggi pula keputusannya dalam menentukan pilihannya. Namun hasil peneilitan tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oeh (Suciani & Sri Ayuni, 2022), (Rohman & Pramesti, 2022) berpengaruh negative dan signifikan terhadap keputusan pemilihan.

**H3 : Healty life style berpengaruh terhadap keputusan pemilihan tempat berolahraga**

**METODE PENELITIAN**

**Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research* yang bertujuan untuk melihat rasinal generazi z memilih kolam retensi boulevard kota kendari sebagai fitur olah raga unggulan yang dipengaruhi tiga variabel yaitu varibel eksogen takni fasilitas, *e-wom* dan healty lifestyle serta variabel endogen yakni keputusan pemilihan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* berbasis *Partial Least Square*.



## POPULASI

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa populasi merujuk pada kumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diberikan kesimpulan. Konteks penelitian ini, populasi merujuk pada pengunjung kolam retensi *boulevard* kota Kendari namun jumlah pasti dari populasi tersebut belum diketahui dengan pasti, sehingga populasi yang tidak terbatas (*infinite*).

## SAMPEL

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non-probabilitas dengan menerapkan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Kriteria pengunjung yang telah ditentukan adalah:

1. Perempuan dan laki-laki
2. Berusia 12-28 tahun
3. Minimal pernah berolahraga di kolam retensi *boulevard* kendari sebanyak 2 kali.

Sementara itu, jumlah sampel yang disarankan oleh hair *et all* (2014) bahwa jumlah sampel sebaiknya digunakan adalah minimal 10 kali dari jumlah seluruh indikator. Secara umum ukuran sampel yang lebih dari 100 dianggap lebih baik, namun ukuran sampel dibawah 100 bisa diterima bergantung konteks penelitian. Berdasarkan jumlah item pernyataan dalam penelitian ini sebanyak 17 item pernyataan maka ukuran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah  $17 \times 10 = 170$  sampel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini sebanyak 95% berjenis kelamin perempuan dengan umur antara 15-24 tahun dengan tingkat pendidikan didominasi tamatan Sekolah Menengah atas (SMA) dan mahasiswa yang sedang menjalankan studi S1 yang persentasinya mencapai 75%. Selain itu rata-rata responden melakukan aktivitas fisik di kolam retensi seperti jogging, lari dan aerobic sebanyak 1-2 kali sepekan dengan presentasi sebesar 45,5%

## PERANCANGAN MODEL STRUKTURAL

Perancangan model structural pada penelitian ini terdiri dari variabel eksogen dan endogen yang dibentuk dari teori dan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian mengenai fasilitas, *e-wom*, *healty lifestyle*, karakteristik generasi Z dan pemilihan keputusan.

**Tabel 1 Perancangan Struktur Variabel Laten dan Manifest**

Variabel laten endogen	Item Pengukuran	Variabel manifest
Fasilitas ( $X_1$ )	F1	<i>jogging track</i> ( $X_{1.1}$ )
	F2	Toilet ( $X_{1.2}$ )
	F3	Tempat parkir ( $X_{1.3}$ )
	F4	Tempat sampah ( $X_{1.4}$ )
<i>E-wom</i> ( $X_2$ )	E1	Membicarakan pengalaman positif dan menarik minat orang lain berkunjung ke kolam retensi <i>boulevard</i> kota Kendari ( $X_{2.1}$ )

	E2	Merekomendasikan kolam retensi kepada teman dan keluarga (X <sub>2.2</sub> )
	E3	Mendorong, membujuk, mengajak teman dengan keluarga (X <sub>2.3</sub> )
Healty life style (X <sub>3</sub> )	H1	berolahraga setiap hari (X <sub>3.1</sub> )
	H2	Mengonsumsi makanan sehat (X <sub>3.2</sub> )
	H3	Menjadikan tidur sebagai prioritas (X <sub>3.3</sub> )
	H4	mengelola stress (X <sub>3.4</sub> )
	H5	Bersosialisasi (X <sub>3.5</sub> )
<b>Variabel Laten Eksogen</b>	<b>Item Pengukuran</b>	<b>Variabel manifest</b>
Keputusan Pemilihan (Y)	KP1	Pengenalan kebutuhan (Y <sub>1</sub> )
	KP2	Pencarian informasi (Y <sub>2</sub> )
	KP3	Evaluasi alternatif (Y <sub>3</sub> )
	KP4	Keputusan pemilihan (Y <sub>4</sub> )
	KP5	Evaluasi setelah pemilihan (Y <sub>5</sub> )

Variabel manifest yang merupakan variabel indicator dari setiap konstruk belum sepenuhnya dinyatakan valid dan reliabel, sehingga model structural berdasarkan

**Tabel 2 Uji Reliability dan Validity**

Variabel	Item Pengukuran	Indikator	Outer Loading	Composite Reliability	AVE	Cronbach Alpa
Fasilitas (X1)	F1	Joging track penting dan mendukung aktivitas olahraga	0,961	0,961	0,859	0,945
	F2	Toilet terawat dan bersih serta nyaman digunakan	0,893			
	F3	Tempat parkir cukup Luas	0,927			
	F4	Tempat sampah cukup tersedia	0,926			
E-wom (X2)	E1	Membicarakan pengalaman positif tentang kolam retensi boulevard	0,965	0,977	0,933	0,964
	E2	Merekomendasikan kolam retensi sebagai tempat olahraga	0,983			
	E3	Mendorong, mengajak teman dan keluarga berolahraga di kolam retensi boulevard	0,949			
Healty Lifestyle (X3)	H1	Berolahraga setiap hari bagian penting dari gaya hidup sehat	0,912	0,974	0,855	0,958

	H2	Mengonsumsi makanan sehat	0,939			
	H3	Tidur yang cukup bagian dari gaya hidup sehat	0,925			
	H4	Mengelola stress sesuatu hal yang harus diperhatikan dalam menerapkan gaya hidup sehat	0,949			
	H5	Kolam retensi boulevard memberikan kesempatan untuk bersosialisasi dengan orang lain	0,967			
Keputusan Pemilihan (Y)	KP1	tempat olahraga di kolam retensi boulevard kota kendari sesuai kebutuhan	0,961			
	KP2	Mencari informasi tentang kolam retensi	0,985			
	KP3	Mempertimbangkan alternatif tempat olahraga sebelum memilik kolam retensi boulevard	0,967	0,967	0,855	0,958
	KP4	Yakin memilih kolam retensi boulevard sebagai tempat berolahraga	0,912			
	KP5	Nyaman dengan suasana di kolam retensi boulevard kota kendari	0,933			

Indikator pernyataan pada variabel fasilitas ( $X_1$ ) dinyatakan valid dan reliabel dengan nilai *outer loading*-nya terletak antara 0,893 hingga 0,961. Hal ini berarti diantara keempat indikator tersebut, variabel fasilitas yang paling kuat mendukung aktivitas olahraga ditinjau dari aspek fasilitas adalah tersedianya *jogging track* sementara indikator yang perlu ditingkatkan adalah fasilitas toilet yang memiliki nilai *outer loading*-nya terendah dibandingkan indikator lainnya yaitu 0,893. Indikator pernyataan variabel *e-wom* ( $X_2$ ) secara keseluruhan yang diukur 3 indikator dinyatakan valid dan reliabel dengan nilai *outer loading*-nya antara 0,949 sampai 0,983. Indikator pernyataan variabel *e-wom* ( $X_2$ ) secara keseluruhan yang diukur 3 indikator dinyatakan valid dan reliabel dengan nilai *outer loading* antara 0,949 sampai 0,983. Indikator pernyataan yang lebih kuat pada variabel ini tercermin pada merekomendasikan kolam retensi sebagai tempat olahraga dengan nilai *outer loading* 0,983. Hal ini berarti generasi z memilih kolam retensi sebagai fitur olahraga unggulan karena rekomendasi dari pengunjung lain secara online.

Indikator pernyataan variabel *healty lifestyle* ( $X_3$ ) yang terdiri dari 5 indikator dinyatakan valid dan reliabel. Nilai *outer loadingnya* antara 0,912 sampai 0,967. Indikator pernyataan paling kuat pada variabel ini tercermin pada indicator bahwa kolam retensi memberikan kesempatan untuk bersosialisasi dengan orang lain dengan nilai *outer loadingnya* 0,967 dan indicator pernyataan paling lemah tercermin pada item pernyataan bahwa berolahraga setiap hari bagian terpenting dari gaya hidup sehat dengan nilai *outer loading* 0,912. Variabel keputusan pemilihan diukur menggunakan 5 indicator yang seluruhnya dinyatakan valid dan reliabel dengan nilai *outer loadingnya* 0,912 sampai 0,985. Diantara kelima indicator tersebut keputusan pemilihan yang paling kuat dan valid tercermin pada indicator mencari informasi tentang kolam retensi boulevard kota kendari dengan nilai *outer loading* 0,985.

### UJI VALIDITAS DISKRIMINAN

Uji validitas discriminant pada indicator reflektif dengan membandingkan nilai tabel cross loading dan indicator dinyatakan valid apabila nilai *loading factor* tertinggi kepada konstruk yang dituju dibandingkan konstruk lainnya.

**Tabel 4 Output Cross Loading**

Konstruk	Indikator	Fasilitas	Electronic Word Of Mouth	Healthy Lifestyle	KeputusanPemilihan
Fasilitas	X1.1	0,961	0,884	0,872	0,961
	X1.2	0,893	0,872	0,847	0,895
	X1.3	0,927	0,826	0,859	0,921
	X1.4	0,926	0,797	0,865	0,912
Electronic Word Of Mouth	X2.1	0,894	0,965	0,906	0,933
	X2.2	0,909	0,983	0,945	0,932
	X2.3	0,834	0,949	0,893	0,853
Healthy Lifestyle	X3.1	0,830	0,873	0,912	0,848
	X3.2	0,848	0,881	0,939	0,858
	X3.3	0,874	0,836	0,925	0,875
	X3.4	0,885	0,913	0,949	0,900
	X3.5	0,915	0,940	0,967	0,928
Keputusan Pemilihan	Y1	0,961	0,884	0,872	0,961
	Y2	0,893	0,872	0,847	0,895
	Y3	0,927	0,826	0,859	0,921
	Y4	0,926	0,797	0,865	0,912
	Y5	0,894	0,965	0,906	0,933

*Cross loading* dari ke empat konstruk memiliki memiliki nilai loading lebih tinggi dibandingkan nilai loading konstruk yang lain dengan demikian indicator dinyatakan valid.

### EVALUASI MODEL STRUKTURAL (*INNER MODEL*)

Evaluasi model structural (*Inner Model*) dilakukan dengan menentukan *R-square* serta tingkat signifikansi dari koefesien jalur.

**Tabel 4 Nilai R-square**

Variabel	R- Square	R-Squre Adjusted
Keputusan pemilihan	0,997	0,997

Nilai R-Square Adjusted 0,997 menunjukkan bahwa variabel eksogen mampu menjelaskan 99,7% variabel endogen sedangkan 0,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Chin (1998) dan Hair., *et all* (2021) mengklasifikasikan nilai R-Square menjadi 3 klasifikasi.

**Tabel 5 Klasifikasi Nilai R-Square**

Evaluasi	nilai	Kriteria
R-Square	0,67, 0,33, 0,19	Kuat, moderat, lemah (Chin 1998)
R-Squre	0,75 0,50, 0,25	Kuat Moderate, lemah ( Hair <i>et all.</i> 2011)

Nilai R-square sebesar 0,67 dan 0,75 mengindikasikan permodelan yang dibentuk baik. Berdasarkan hasil analisis evaluasi model struktural nilai R-Square sebesar  $0,997 \geq 0,67$  dan 0,75 maka dapat disimpulkan permodelan yang dibentuk sebagai model yang baik.

### Uji Goodness of Fit (Gof)

Uji Goodness of Fit digunakan untuk memvalidasi model structural *outer model* dan *inner model*. Nilai Gof ini diperoleh dari akar kuadrat dan *average communalities index* dikalikan dengan nilai rata-rata  $R^2$  model. Rumus yang digunakan uji kriteria ini adalah:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$= \sqrt{0,882 \times 0,997}$$

$$= 0,94$$

Nilai Gof yang diperoleh dari penelitian ini adalah 0,94. Menurut Tenenhau (2004) nilai Gof small 0,1, Gof Medium 0,25 dan Gof besar 0,38. Nilai Gof yang diperoleh lebih besar dari 0,39 (Gof besar) maka struktur model yang diajukan layak untuk memprediksi hipotesis dalam penelitian ini.

### PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian hipotesis menggunakan pendekatan SEM PLS 3.0 melalui proses *bootstrapping* sehingga diperoleh hubungan kedua variabel tersebut. Pada hipotesis penelitian dilakukan pengujian T-statistik dan P-value. Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian nilai T- Statistik dan P-Value dengan kriteria nilai T-statistik  $> 1,96$  dan P-Value  $< 0,05$  maka

hipotesisnya diterima atau berpengaruh positif dan sebaliknya jika nilai T-statistik < 1,96 dan P-Value > 0,05 maka hipotesisnya ditolak.

**Tabel 6 Pengujian Hipotesis**

Item	Original sample (o)	Sample mean (m)	Standard deviation (stdev)	T statistics (o/stdev)	P-Values	Hipotesis
X1 fasilitas -> Y keputusan pemilihan	0,836	0,837	0,014	58,856	0,000	Diterima
X2 e-wom -> Y keputusan pemilihan	0,215	0,213	0,028	7,736	0,000	Diterima
X3 healthy lifestyle -> y keputusan Pemilihan	-0,040	-0,039	0,033	1,224	0,222	Ditolak

Konstruk Fasilitas memiliki nilai T-Statistik 58,856 > 1,96 dan nilai P-Value 0,000 < 0,05 hal ini menunjukkan fasilitas (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan sehingga hipotesis (H1) diterima. Demikian halnya dengan konstruks e-wom yang memiliki nilai T- Statistik 7,736 > 1,96 dan nilai P-Value 0,000 < 0,05 hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara e-wom dengan keputusan pemilihan dengan demikian H2 diterima. Berbeda dengan konstruk *healty lifestyle* memiliki nilai T-statistik *t-statistic* ,224 > 1,96 dan P-Value 0,222 > 0,05 hal ini menunjukkan bahwa healty lifestyle tidak berpengaruh positif dan signifikan sehingga H3 ditolak.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Rasionil generasi Z memilih kolam retensi boulevard Kota kendari sebagai fitur olahraga mempertimbangkan aspek fasilitas, e-wom dan healty lifestyle karena kolam retensi ini yang fungsinya tidak hanya sekadar mereduksi banjir di Kota Kendari tetapi telah dimanfaatkan sebagai ruang publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang dimiliki kolam retensi seperti *jogging track*, parkir, tempat sampah, dan toilet menarik perhatian generasi Z untuk menikmati fasilitas tersebut, dari empat indikator pernyataan ternyata *jogging track* menjadi daya tarik generasi Z memilih kolam retensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas menjadi salah satu aspek rasionil generasi Z memilih kolam retensi boulevard. Demikian halnya variabel e-wom (*electronic worth of mouth*) yang menjadi aspek rasionil generasi Z memilih kolam retensi boulevard Kota Kendari sebagai fitur olahraga unggulan dan hasilnya berpengaruh positif dan signifikan. Generasi Z memilih kolam retensi karena rekomendasi yang diperoleh dari platform media sosial berupa informasi maupun ulasan positif tentang kolam retensi boulevard Kota Kendari. Berbeda dengan konstruk *healty lifestyle* yang tidak berpengaruh positif dan signifikan yang artinya *healty life* tidak mempengaruhi aspek rasionil generasi Z memilih kolam retensi boulevard Kota Kendari

dengan alasan generasi Z memiliki preferensi lain untuk menerapkan gaya hidup sehat selain melakukan aktivitas yang berkolerasi dengan penerapan gaya hidup sehat.

## SARAN

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan khususnya dari jumlah variabel yang diteliti atau mengeksplorasi variabel lainnya untuk pengembangan penelitian ini dapat menambahkan variabel lain seperti variabel kepercayaan, kepuasan, dan *Customer Citizenship Behavior* (CCB). Selain itu penelitian ini juga memperluas objek penelitian dengan membandingkan rasional generasi Z dan generasi Y dalam keputusan pemilihan atau pembelian.

## REFERENSI

Anonim. (2024). *Generasi Z dan Transformasi Gaya Hidup Sehat di Era Digital*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/generasi-z-dan-transformasi-gaya-hidup-sehat-di-era-digital-21yfPMGhwT9/full>

Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>

B, Erratna, C. E., & Tjahjaningsih, E. (2022). Efek Moderasi WOM Pada Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Proses Pengambilan Keputusan. *Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15, 68–77. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.619>

Binus. (2023). *Mengenal Gen Z dengan Lebih Baik*. Parent.Binus.Ac.Id. <https://parent.binus.ac.id/2023/09/mengenal-gen-z/>

Buchori, B. (2021). Words of Mouth (Wom) Sebagai Penentu Keputusan Pembelian (Sebuah Studi Literatur). *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 159. <https://doi.org/10.31315/be.v18i2.5635>

Chen, YC, Shang, RA, & Li, M. (2014). *Pengaruh persepsi relevansi konten blog perjalanan terhadap niat perilaku untuk mengunjungi tujuan wisata*.

Cheung, C. M. ., & Lee, M. K. . (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Elsevier*, 53(1), 218–225. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.01.015>

Dwi Afidah, D. A., & Rohyani, I. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Bear Brand Di Kebumen. *Inovasi Penelitian*, 4(4), 803–826.

Febrian, L. P. (2023). *Generasi Z dan Gaya Hidup Yang Sehat*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/lidiapratamafebrian/generasi-z-dan-gaya-hidup-sehat-yang-unik-21ZsWzTwsqO/full>

Hamid, N., & Swastika, Y. (2023). Pendekatan PLS-SEM dalam Menentukan Faktor Penentu Keputusan Pembelian di Marketplace Facebook. *JCA (Jurnal Cendekia Akuntansi)*, 4(2), 1–14.

Hidayat, R. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjay Madura). *Journal of Industrial Engineering & Management Systems*, 9, 77–95. file:///D:/My Data ALL/Downloads/40-151-1-PB.pdf

Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. Springer Internasional Publishing.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Electronic\\_Word\\_of\\_Mouth\\_eWOM\\_in\\_the\\_Mar/nHsIdgAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Electronic_Word_of_Mouth_eWOM_in_the_Mar/nHsIdgAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)

Juniarta, P. P., Sari, R. J., Wira, K., Saputra, A., Nengah, I., & Astawa, D. (2023). Analisis Electronic Word of Mouth (e-WOM) dalam Keputusan Menginap: Study Kasus Pengaruh e-WOM Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Richland Glamping Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 2023. [www.booking.com](http://www.booking.com),

Kendari, B. S. I. (2022). *Kendari, Rekomendasi Tempat Olahraga : Kolam Retensi Boulevard*. Ditjen SDA. <https://sda.pu.go.id/balai/bwssulawesi4/news/rekomendasi-tempat-olahraga-%3A-kolam-retensi-boulevard-kendari>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (Vol. (17th ed.))*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles Of Marketing Eighth Europe An Edition*.

Kotler, P. (2015). *Marketing Management 15th Edition*.

Kurniati, D., Dolorosa, E., & Marini, H. (2019). Gaya Hidup (Life Style) Dalam Proses Keputusan Pembelian Produk Herbalife Di Kota Pontianak. *Sains Pertanian Equator*, 8(2). <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.26418/jspe.v8i2.30583>

Lorenzo, N., & Putra, T. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Word Of Mount Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Al Istiqamah Pasaman Barat. *Manajemen Dan Pendidikan Dasar*, 3, 526–537. <https://doi.org/https://doi.org/10.58578/arzusin.v3i4.1386>

Lubis, A. salim, & Handayani, R. (2023). *Generasi Z dan Entrepreneurship (Studi Teoritis Minat Generasi Z dalam Berusaha)* (R. M. Napitupulu (ed.)). Baypass.

Maharani Paat, L. M., & Moniharapon, S. (2020). Pengaruh Fasilitas, Word Of Mouth, Kelompok Referensi, Gaya Hidup Sehat Dan Promosi Mediasosial Terhadap Keputusan Pemilihan Tempat Berolahraga Pada Generasi Milenial Di Gpi Futsal Dan Sport Center Manado. *EMBA*, 8, 1566–1577. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.39704>

- Mahiri, E. A., Hakim, A., Dewi Sumaryana, F., & Agung, T. (2021). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyekwisata Panyaweuyan Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura Dalam Rangka Mengoptimalkan Potensi Ekowisata Unggulan Di Kabupaten Majalengka. *Co- Management*, 4(2), 665–674. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/comanagement.v4i2.1233>
- Mella, R., & Hulu, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap Tamu di Pade Hotel Aceh Besar. *Bulletin of Community Engagement*, 3, 194–204. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.51278/bce.v3i2.876>
- Millenia Maharani Paat, L., Moniharapon, S., & Rogi, M. H. (2022). Pengaruh Fasilitas, Word Of Mouth, Kelompok Referensi, Gaya Hidup Sehat Dan Promosi Mediasosial Terhadap Keputusan Pemilihan Tempat Berolahraga Pada Generasi Milenial Di Gpi Futsal Dan Sport Center Manado. *Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis, Dan Akuntansi (EMBA)*, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.39704>
- Muzaache. (2020). *The Secret Of Property Sold Out* (Guapedia & LA (eds.)). Guapedia.
- Paat, L., Rogi, M., Millenia Maharani Paat, L., Moniharapon, S., Rogi, M. H., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, F. (2020). Pengaruh Fasilitas, Word of Mouth, Kelompok Referensi, Gaya Hidup Sehat Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pemilihan Tempat Berolahraga Pada Generasi Milenial Di Gpi Futsal Dan Sport Center Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1566–1577. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/39704>
- Redaksi. (2018). *Generasi Z Ternyata Lebih Suka Olahraga Ketimbang Generasi Milenial*. Mojok.Co. <https://mojok.co/penjaskes/generasi-z-ternyata-lebih-suka-olahraga-ketimbang-generasi-milenial/>
- Rohman, M., & Pramesti, D. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Magelang Selama Pandemi Covid-19. *Borobudur Management Review*, 2(2), 190–205. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6933>
- Suciani, L. P. E., & Sri Ayuni, N. M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lifestyle, Perchieved Ease of Use and Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Nutrition Pada Rumah Sehat Ratu Yuye Singaraja. *Jurnal Daya Saing*, 8(3), 459–465. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i3.1000>
- Suwitho. (2022). *PENGUSAHA YANG SUKSES PASTI MENJAGA KEPUASAN PELANGGANNYA: Sebuah Monogrof Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran* (H. Aulia (ed.); 1st ed.). CV. Pena Persada.
- Suwito. (2022). *Pengusaha Yang SUkses Pasti Menjada Kepuasan Pelanggannya : Sebuah Monogrof Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran* (H. Aulia (ed.); Pertama).
- Widi, S. (2023). *Hasil Survei: Deretan Olahraga yang Sering Dilakukan Gen Z Artikel ini telah*

*tayang di DataIndonesia.id dengan judul "Hasil Survei: Deretan Olahraga yang Sering Dilakukan Gen Z."* DataIndonesia.id. <https://dataindonesia.id/kesehatan/detail/hasil-survei-deretan-olahraga-yang-sering-dilakukan-gen-z>

Widyanto, A., Sunarti, & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh E-Wom Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang). *Administrasi Bisnis*, 45, 95–101. <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://media.neliti.com/media/publications/87825-ID-pengaruh-e-wom-di-instagram-terhadap-min.pdf>