

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pariwisata

Adapun penjelasan tentang pariwisata yaitu suatu kegiatan yang bertujuan untuk menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang berkaitan dengan bidang pariwisata (Utama, 2017:2). Sedangkan menurut (Hidayah, 2019:3) “Pariwisata adalah perjalanan wisata yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling baik secara terencana maupun tidak”. Sementara menurut Sugima (2011:7) Pariwisata adalah rangkaian aktivitas dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi dan layanan lainnya yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Perjalanan yang dilakukan hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis atau untuk maksud lainnya.

Menurut Unga dalam Norval (2011:2) “Pariwisata adalah keseluruhan dari suatu kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal dan pergerakan penduduk asing di dalam ataupun di luar suatu negara, kota ataupun wilayah tertentu. Sedangkan menurut (Iyas, 2019:2) “Pariwisata yang berarti perpindahan seseorang untuk sementara dalam jangka waktu pendek ke tujuan diluar tempat yang dimana mereka melakukan kebiasaan hidup dan bekerja, kegiatan mereka selama tinggal di tempat tujuan mereka datang”. Menurut Spillane dalam Wahid (2015:11) Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun berkelompok sebagai usaha dalam mencari keseimbangan ataupun keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup baik dalam dimensi sosial, budaya, alam, maupun ilmu.

Dari pengertian diatas bahwa kegiatan wisatawan merupakan bagian dari kegiatan pariwisata yang dilakukan sendiri ataupun berkelompok baik

secara berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan bekerja dan melakukan kebiasaan hidup setiap hari.

2.2 Pengertian Daya Tarik Wisata

(Hidayah, 2019:3) “Daya Tarik Wisata merupakan segala sesuatu yang menarik dan menghasilkan pengalaman kepada pelaku wisata baik secara pasif maupun aktif. Menurut Priyadi (2016:44) Daya tarik wisata sangat mempengaruhi pemilihan daerah dalam tujuan berwisata, wisatawan tidak akan mengunjungi daerah daya tarik yang biasa, karena seseorang harus membayar dan meluangkan waktu untuk melakukan pengalaman berwisata. Menurut (Yoeti, 2012:5) menyatakan bahwa Daya tarik wisata terdapat empat jenis daya tarik wisata yaitu yang pertama daya tarik alam berupa lanskap, pemandangan laut, iklim, pegunungan, fitur geografis lain dari tujuan wisata, yang kedua daya tarik budaya berupa sejarah dan cerita rakyat, agama, seni dan acara khusus maupun festival, yang ketiga atraksi sosial berupa populasi penduduk, bahasa, kesempatan untuk bersosialisasi pertemuan, yang keempat daya tarik yang dibangun berupa bangunan arsitektur bersejarah dan modern, monumen, taman, kebun dan lainnya.

Menurut Pratama (2020:8) Daya tarik wisata adalah suatu bentuk aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik keputusan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata ke suatu daerah atau tempat tertentu yang mempengaruhi wisatawan datang pada suatu daerah yang akan dituju untuk bertujuan berkreasi dan menikmati suatu perjalanan yang diinginkan oleh wisatawan. Sedangkan menurut (Utama, 2017:141) “Suatu objek daya tarik wisata yang mempunyai prinsip dalam memenuhi tiga persyaratan yaitu *Something to see* (ada yang dilihat), *Something to do* (ada yang dikerjakan), *Something to buy* (ada yang dibeli)”. Dari ketiga persyaratan tersebut objek daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga jenis:

1. Objek wisata alam berupa pantai, laut, gunung, danau, fauna, flora dan lain-lain
2. Objek wisata budaya berupa upacara kelahiran, upacara turun ke sawah, tari-tari tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, bangunan bersejarah, tekstil lokal, pertunjukan tradisional dan sebagainya.
3. Objek wisata buatan berupa sarana dan fasilitas olahraga, permainan, hiburan, taman kreasi, taman nasional, dan pusat perbelanjaan.

Adapun pengusahaan objek dan daya tarik wisata yang dapat dikelompokkan sebagai berikut menurut Utama (2017:5):

1. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungan yang telah ditetapkan sebagai objek dan daya tarik wisata yang dijadikan sasaran wisata.
2. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya, merupakan usaha seni budaya bangsa yang telah dilengkapi sebagai objek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata.
3. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan potensi seni budaya bangsa untuk dijadikan sasaran wisatawan yang mempunyai minat khusus.

Daya tarik wisata menurut Cooper dalam Febrina (2015:10) terdapat empat komponen yaitu: *Attraction* (Atraksi), *accessibilities* (Aksesibilitas), *amenities* (Amenitas atau fasilitas), dan *ancillary service* (jasa pendukung pariwisata)”. Adapun penjelasan dari empat komponen tersebut sebagai berikut:

1. *Attraction* (Atraksi) komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan suatu daerah, dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Untuk menemukan potensi kepariwisataan disuatu daerah harus bertujuan kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang dapat menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu: 1) Natural Resources (Alami), 2) Atraksi Wisata Budaya, dan 3) Atraksi buatan manusia itu sendiri. Keberadaan

atraksi wisata menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW) sehingga dapat membuat wisatawan tinggal sehari-hari atau bahkan pada kesempatan lain wisatawan bisa berkunjung ketempat yang sama.

2. *Accessibility* (Aksesibilitas) merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata, alat transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka menyulitkan para wisatawan yang akan berkunjung ke daerah tujuan wisata. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata harus di lengkapi aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut mudah untuk dikunjungi.
3. *Amenity* (Fasilitas atau Akomodasi) merupakan segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada didaerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang harus tersedia seperti: Jalan, rumah makan, tempat rekreasi, transportasi dan agen perjalanan. Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk pembangunan sarana-sarana pariwisata ialah jalan raya, persediaan air atau toilet, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah.
4. *Ancillary* (Pelayanan tambahan) pelayanan harus disediakan oleh pemda suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, dan lain-lain) jasa pelayanan pada tempat wisata dimulai dengan adanya pelayanan jasa kebutuhan sehari-hari (penjual makanan, warung minum atau jajanan), kemudian jasa-jasa perdagangan (pramuniaga, tukang-tukang atau jasa pelayanan lain), selanjutnya jasa untuk kenyamanan dan kesenangan (toko oleh-oleh atau tempat souvenir), lalu jasa yang menyangkut keamanan dan keselamatan (klinik, apotek, polisi dan

pemadam kebakaran), Ancillary juga merupakan hal-hal yang mendukung kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, Tourism Informasi, Travel agent, dan stakeholder yang berperan dalam kepariwisataan.

2.3 Pengertian keputusan pembelian/keputusan berkunjung

Keputusan berkunjung merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan dari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara menurut Juwita (2016:275). Sedangkan Aprillia (2015:3) menjelaskan bahwa keputusan berkunjung merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Menurut Sumarwan (2011:357) Keputusan berkunjung wisatawan merupakan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif yang dimana pengetahuan dikombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dalam memilih kemudian memilih satu keputusan. Menurut Hidayah (2019:3) menyatakan keputusan berkunjung wisatawan ke suatu objek wisata dalam memilih keputusan yang baik pertimbangan suatu objek wisata yang akan dikunjungi. Sedangkan Menurut (Mahgpiroh, 2017:47) Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh tempat tujuan wisata, tipe perjalanan, waktu dan biaya, agen perjalanan dan sumber jasa perjalanan. Adapun penjelasan dari indikator keputusan berkunjung wisatawan sebagai berikut:

a. *Destination Area* (Tempat tujuan)

Destination Area berkaitan atau hubungan antara tujuan para wisatawan dengan kebutuhan para pengunjung serta ketersediaan informasi terkait tujuan wisata wisatawan

b. *Traveling Mode* (Tipe perjalanan)

Traveling mode berkaitan dengan akses transportasi untuk sampai ditempat tujuan wisata, keberagaman jenis perjalanan yang tersedia, kenyamanan dari alat-alat transportasi yang tersedia

c. *Time and Cost* (Waktu dan Biaya)

Time and Cost berkaitan dengan perjalanan wisata sesuai pada waktu yang ditetapkan termasuk jam buka dan tutup dari pariwisata yang dituju, perjalanan wisata tergantung pada biaya perjalanan, perjalanan wisata tergantung pada waktu luang untuk melakukan perjalanan.

d. *Travel Agent* (Agen Perjalanan)

Travel Agent berkaitan dengan ketergantungan wisatawan terhadap travel agent ketika melakukan perjalanan wisata.

e. *Service Source* (Sumber Jasa)

Service Source berkaitan dengan keberagaman dari jenis pelayanan seperti pemandu wisata, pusat souvenir, fotografer, dan lain-lain.

2.4 Syarat - Syarat Daya Tarik Wisata

Suatu daya tarik wisata harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, menurut Maryani dalam Kirom & Putra (2016:3) menjelaskan bahwa syarat-syarat terdapat lima jenis yaitu sebagai berikut:

1) *What to see*

What to see yaitu ditempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain, dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan “*entertainment*” bagi wisatawan. *What to see* meliputi pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

2) *What to do*

What to do yaitu ditempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama ditempat itu.

3) *What to buy*

What to buy yaitu tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa ke tempat asal.

4) *What to arrived*

What to arrived yaitu di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ketempat tujuan wisata tersebut.

5) *What to say*

What to say yaitu bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang maupun hotel non berbintang.

2.5 Wisata

Wisatawan merupakan seseorang yang melakukan kegiatan perjalanan wisata dengan apapun tujuannya yang penting perjalanan itu bukan untuk menetap dan untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi menurut Damara (2014:5). Sedangkan Menurut Yoeti (2015:36) Wisatawan adalah sekelompok atau seseorang yang menikmati suatu objek wisata, yang dalam hal ini objek wisata tersebut berhasil menarik minat dari orang-orang yang ingin menikmati pesona objek wisata tersebut. Pengunjung (Visitor) dapat di artikan juga sebagai wisatawan yang biasanya pengunjung ini terdiri dari perorangan atau banyak orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan, dengan kata lain pengunjung bukan hanya wisatawan melainkan orang-orang yang berkunjung ke suatu wilayah dengan maksud kunjungannya yang bermacam-macam tergantung dari motivasi pengunjung tersebut.

Wisatawan menurut Norval dalam Yuliani (2013:5) “Setiap orang yang datang disuatu negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di suatu negara secara teratur dan membelanjakan uang yang didapatkan di lain tempat. Menurut (Seokadijo, 2010:3) menambahkan bahwa wisatawan adalah pengunjung dinegara yang dikunjungi setidaknya tinggal 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi mengisi waktu senggang atau hanya untuk bersenang-senang, berlibur, alasan kesehatan, studi, dan keluarga, melakukan perjalanan untuk keperluan berbisnis di suatu negara, melakukan perjalanan untuk mengunjungi perteman atau sebagai utusan (ilmiah administrative, diplomatic, keagamaan dan olahraga, dalam rangka pelayaran pesiar jika tinggal kurang dari 24 jam.

Adapun penjelasan wisatawan Menurut (Utama, 2017:217) adalah seseorang yang melakukan perjalanan wisata ke suatu tempat, mencari suatu informasi yang detail untuk berhubungan langsung ditempat destinasi yang pernah dikunjungi maupun yang akan dikunjungi.

Wisatawan memiliki beberapa perbedaan dari jenis wisatawan yaitu:

1. Wisatawan nasional adalah penduduk Indonesia yang melakukan suatu perjalanan di wilayah Indonesia di luar domisili tempat tinggal dengan jangka waktu kurang lebih 24 jam ataupun menginap kecuali menjadi pekerjaan untuk mencari nafkah.
2. Wisatawan internasional merupakan seseorang yang melakukan kunjungan wisata ke suatu negara atau luar negeri untuk melakukan libura maupun berbisnis.

Dapat disimpulkan bahwa objek wisata di Danau Embung Senja Musi Banyuasin merupakan jenis wisatawan nasional karena tingkat kunjungan wisata yang datang masih berada di wilayah Indonesia.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil yang penting sebagai dasar pemikiran dan acuan dalam pembuatan skripsi ini. Beberapa penelitian terdahulu yang mendasari penelitian diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITIA N	JUDUL PENELITIA N	VARIABEL PENELITIA N	METODE PENELITIA N	HASIL PENELITIA N
1	Niko Saputra (2017)	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang	Daya Tarik Wisata (X) Keputusan Berkunjung (Y)	Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal, populasi diambil dari jumlah pengunjung yang datang, sampel menggunakan non	Penelitian pengunjung termasuk daya tarik wisata memiliki kategori baik dengan presentase 73% sedangkan keputusan berkunjung termasuk kategori baik dengan

				<p>probability sampling dan menggunakan purposive sampling jumlah sampel 96 orang, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan skala likert dengan validitas dan reliabilitas, data analisis menggunakan analisis deskriptif dan korelasi dengan bantuan SPSS versi 16.00</p>	<p>presentase 53,1% terdapat pengaruh antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung sebesar 21,7% dengan nilai signifikansi 0,000, terdapat pengaruh yang kuat dan bersifat positif serta signifikan antara daya tarik wisata dengan keputusan berkunjung di Pantai Air Manis Padang.</p>
2	Maria Yamco (2019)	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Kembali Wisatawan Maluku Tenggara	Daya Tarik Wisata (X) Minat Kunjungan Kembali (Y)	<p>Penelitian pendekatan kualitatif, proses pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, FGD (Focus Group Discussion), dan studi Pustaka. Teknik analisis data menggunakan deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan teknik tetapi secara parsial amenities wisata dan aksesibilitas</p>

				dengan tahap reduksi dan penyajian data serta penarikan kesimpulan, uji validitas dan reliabilitas dilakukan proses triaggulasi, informan.	wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan teknik wisatawan.
3	Sulfi Abdulhaji (2016)	Pengaruh atraksi, aksesibilitas dan fasilitas terhadap citra objek wisata danau tolire besar di kota ternate	Daya Tarik Wisata (X) Keputusan Berkunjung (Y)	Penelitian dilakukan dengan analisis deskriptif dan verivikatif, data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder, 100 responden, dengan teknik penarikan sampel aksidental, analisis data metode deskriptif dan reggresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan citra objek wisata danau tolire besar dalam kategori baik dan hasil uji hipotetis menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas dan fasilitas dapat berpengaruh signifikan terhadap citra objek wisata Tolire Besar.
4	Ananta Dharma Setyawan (2019)	Pengaruh daya tarik wisata dan harga terhadap keputusan berkunjung	Daya tarik wisata (X1) Harga (X2) Keputusan berkunjung (Y)	Jenis penelitian menggunakan penelitian <i>explanatory research</i> , penelitian	Penelitian ini menghasilka n bahwa : 1. daya tarik wisata berpengaruh positif

		wisataan pada objek wisata coban rais		menggunakan sampel sebanyak 130 responden, pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert berganda untuk mengetahui variabel daya tarik wisata dan harga terhadap keputusan berkunjung	signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung. 2. Harga berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung.
5	Niken & Dyah (2017)	Analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan kebun binatang gembiraloka zoo yogyakarta	Atraksi (X1) Amenitas (X2) Aksesibilitas (X3) <i>Ancillary Service</i> (X4) Keputusan berkunjung (Y)	Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke Gembiraloka Zoo Yogyakarta, Sampel diambil sebanyak 60 orang, Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability dan purposive sampling, jenis data primer dan sekunder,	Berdasarkan hasil menggunakan spss bahwa di simpulkan variabel Atraksi(X1) memiliki pengaruh yang signifikan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan .Amenitas Wisata (X2) tidak berpengaruh signifikan pada keputusan berkunjung wisatawan. Aksesibilitas

				<p>teknik pengumpulan menggunakan angket yang diuji terlebih dahulu menggunakan uji validasi dan reliabilitas, metode analisis menggunakan analisis kuantitatif menggunakan regresi linier berganda, uji t dan uji f koefisien determinasi (R²).</p>	<p>(X3) memiliki pengaruh yang signifikan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. <i>Ancillary Service</i> (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Bersamaan dengan ini, daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.</p>
6.	Angga Pratama (2020)	Daya Tarik Wisata, Promosi Online dan transportasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan	Daya tarik wisata (X1) Promosi (X2) Transportasi (X3) Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)	<p>Teknik analisis menggunakan kuantitatif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Dengan sampel 140 responden</p>	<p>Variabel daya tarik wisata, promosi dan transportasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan.</p>

				menggunakan Teknik sampling purposive sampling.	
--	--	--	--	---	--

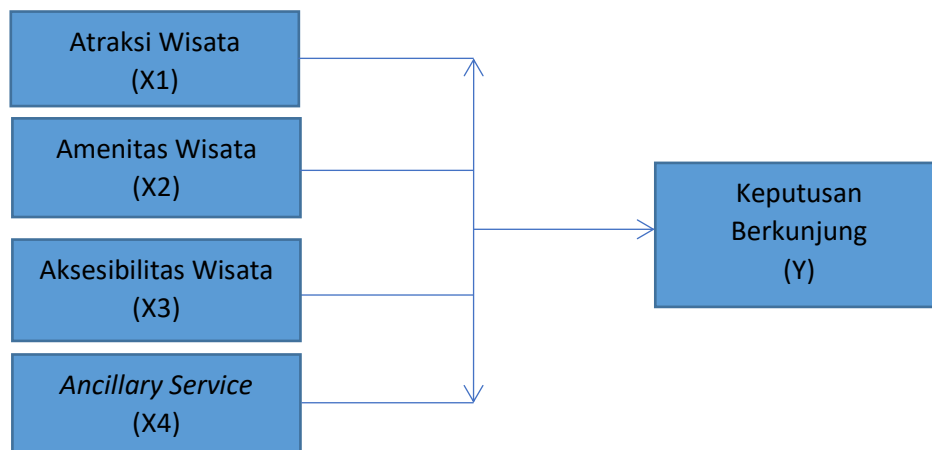
Sumber: Dirangkum oleh penulis dari berbagai sumber jurnal,2021

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh Niko Saputra (2017), dimana variabel yang diteliti adalah daya tarik wisata sebagai variabel independent dan keputusan berkunjung sebagai variabel dependen. Penelitian Maria Yamco (2018) menggunakan variabel independent sebagai daya tarik wisata dan variabel dependen sebagai minat kunjungan kembali wisatawan. Penelitian Sulfi Abdulhaji (2016) dimana variabel yang diteliti adalah atraksi, aksesibilitas dan fasilitas menggunakan variabel independent, citra objek wisata menggunakan variabel dependen. Penelitian Ananta Dharma Setyawan (2019) menggunakan variabel independent sebagai daya tarik wisata dan harga, keputusan berkunjung wisatawan menggunakan variabel dependen. Penelitian Niken & Dyah (2017) menggunakan variabel independent sebagai harga, tempat, produk, karyawan dan variabel dependen sebagai keputusan berkunjung wisatawan. Penelitian Angga Pratama (2020) menggunakan variabel independent sebagai daya tarik wisata, promosi dan transportasi dan variabel dependen sebagai keputusan berkunjung wisatawan. Dari keenam penelitian terdahulu terdapat perbedaan variabel maupun lokasi penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan penjelasan mengenai penelitian terdahulu bahwa dilakukan sebagai salah satu referensi penulisan dalam melakukan penelitian dengan tujuan agar dapat memperkaya teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian tersebut. Dari penelitian terdahulu penulis memiliki tujuan penelitian yang sama sehingga dapat dijadikan referensi dalam bahan kajian pada saat melakukan penelitian.

2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dari pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan dilihat dari tabel berikut ini:



2.8 Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018:34) menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Jawaban dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, secara singkat hipotesis juga dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan kerangka berpikir penelitian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Atraksi wisata (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

H2: Amenitas wisata (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

H3: Aksesibilitas wisata (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

H4: *Ancillary Service* (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

H5: Daya tarik wisata (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)