

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Muhammad (2016:87) Motivasi adalah perubahan tenaga di dalam diri seseorang yang ditandai dengan dorongan yang berasal dari diri seseorang untuk mencapai tujuan. Dorongan dan reaksi-reaksi usaha yang disebabkan karena adanya kebutuhan untuk berprestasi dalam hidup. Hal tersebut menjadikan individu memiliki usaha, keinginan dan dorong untuk mencapai hasil belajar yang tinggi.

Menurut McDonald (dalam Soemanto dalam Muhammad, 2016: 90) menyatakan bahwa motivasi adalah suatu perubahan tenaga di dalam diri/pribadi seseorang yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi dalam usaha untuk mencapai tujuan. Di dalam rumusan ini terlihat ada tiga unsur penting, yaitu: (1) bahwa motivasi mengawali terjadinya perubahan energi pada setiap diri manusia. Perkembangan motivasi itu akan membawa beberapa perubahan sistem neurofisiologis yang ada dalam organisme manusia, dan penempakkannya akan menyangkut kegiatan fisik manusia, (2) motivasi ditandai dengan munculnya rasa/*feeleng*, efeksi seseorang. Dalam hal ini motivasi relevan dengan persoalan-persoalan kejiwaan, efeksi dan emosi yang dapat menentukan tingkah laku manusia, (3) motivasi ditandai dengan reaksi-reaksi tujuan. Jadi motivasi dalam hal ini sebenarnya merupakan respon dari suatu aksi, yakni tujuan. Motivasi memang muncul dari dalam diri manusia, tetapi kemunculannya akan terangsang atau terdorong oleh adanya unsur yang lain dalam hal ini adalah tujuan.

Motivasi menurut Vroom (dalam Kreitner, Kinicki & Setiawan 2015: 48), motivasi adalah mengarahkan dalam memutuskan seberapa besar upaya untuk mengerahkan usaha dalam situasi tertentu. Morgan (dalam Setiawan 2015:48) motivasi diartikan sebagai “untuk mendorong dan menekan dengan kuat” yang akan muncul dalam perilaku yang gigih dalam mengarah pada pencapaian tujuan-tujuan tertentu. Robins (dalam Setiawan 2015: 48) motivasi

adalah kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individu.

Motivasi kerja menurut Mitchell (dalam Werner De Simone & Setiawan, 2015: 48) didefinisikan sebagai proses psikologis yang menyebabkan timbulnya tindakan, yang memiliki arah dan terus menerus untuk mencapai tujuan.

2.2 Teori-teori Motivasi

a) Menurut Pitana dan Gayatri

Motivasi merupakan hal yang mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan “*Trigger*” dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi seringkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri. (Pitana dan Gayatri dalam Hermansyah 2012:248).

b) Menurut Abraham Maslow

Menurut Maslow (dalam Prihartanta 2015:5) adanya teori kebutuhan bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki kebutuhan pokok. Menunjukkan dalam lima tingkatan yang bentuk pyramid, orang memulai dorongan dari tingkatan, terbawah. Tingkat kebutuhan itu dikenal dengan sebutan Hirarki kebutuhan Maslow dimulai dari kebutuhan biologis dasar sampai motif psikologis yang lebih kompleks yang hanya akan penting setelah kebutuhan dasar terpenuhi. Kebutuhan pada suatu peringkat paling tidak harus terpenuhi sebagian sebelum kebutuhan pada peringkat berikutnya menjadi penentu Tindakan yang penting yaitu a) Kebutuhan fisiologis (rasa lapar, rasa haus, dan sebagainya); b) kebutuhan rasa aman (merasa aman dan terlindung, jauh dari bahaya); c) kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki (berafiliasi dengan orang lain terima, memiliki), d) kebutuhan dan penghargaan (berprestasi, berkompentensi, dan mendapatkan dukungan serta pengakuan); e) Kebutuhan aktualisasi diri (kebutuhan kognitif, mengetahui, dan menjelajahi; kebutuhan estetik; keserasian, keteraturan, dan keindahan; kebutuhan aktualisasi diri; mendapatkan kepuasan diri dan menyadari potensinya).

c) Menurut Herzberg

Menurut Herzberg (dalam Prihartanta, 2015:6) ada dua jenis faktor yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan dan menjauhkan diri dari ketidakpuasan yaitu faktor *hygiene* (faktor ekstrinsik) dan intrinsik motivator faktor intrinsik).

1. Faktor *hygiene* (faktor ekstrinsik) motivasi seseorang untuk keluar dari ketidakpuasan, termasuk didalamnya adalah hubungan antar manusia, imbalan, kondisi lingkungan dan sebagainya.
2. Faktor motivator (faktor intrinsik) memotivasi seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan, termasuk didalamnya adalah *achievement*, pengakuan, kemajuan tingkat kehidupan, dsb (faktor Intrinsik).

d) Menurut Vroom

Menurut teori dari Vroom (dalam prihartanta, 2015:7) tentang *Cognitive theory of motivation* menjelaskan bahwa seseorang tidak melakukan sesuatu yang ia yakini ia tidak dapat melakukannya sekalipun hasil dari pekerjaan itu sangat ia inginkan. Tinggi rendahnya motivasi di tentukan oleh tiga komponen yaitu:

1. Ekspetasi (harapan) keberhasilan pada suatu tugas
2. Instrumentalis, yaitu penilaian tentang apa yang akan terjadi jika berhasil dalam melakukan suatu tugas (keberhasilan tugas untuk mendapatkan *outcome* tertentu)
3. Valensi yaitu respon terhadap *outcome* seperti perasaan positif netral, atau negatif motivasi tinggi jika menghasilkan sesuatu yang melebihi harapan. Motivasi rendah jika usahanya menghasilkan kurang dari yang di harapkan.

e) Menurut Clayton Alderfer

Clayton Alderfer teori ERG didasari pada kebutuhan manusia akan keberadaan (*existence*), hubungan (*relatedness*), dan pertumbuhan (*growth*). Alfeder mengemukakan bahwa kebutuhan yang lebih tinggi tidak atau belum dapat dipenuhi maka manusia akan Kembali pada gerak yang fleksibel dari pemenuhan kebutuhan dari waktu ke waktu dari situasi ke situasi.

2.3 Konsep Motivasi

Konsep motivasi yang dijelaskan oleh Suwanto (dalam Prihartanta 2015:3-4) adalah:

a) Model Tradisional

Untuk memotivasi pegawai agar gairah kerja meningkat perlu diterapkan sistem insentif dalam bentuk uang atau barang kepada pegawai yang berprestasi.

b) Model Hubungan Manusia

Untuk memotivasi pegawai agar gairah kerjanya meningkat adalah dengan mengakui kebutuhan sosial mereka dan membuat mereka merasa berguna dan penting.

c) Model Sumber Daya Manusia

Pegawai dimotivasi oleh banyak faktor bukan hanya uang atau barang tetapi juga kebutuhan akan pencapaian dan pekerjaan yang berarti.

2.4 Jenis-jenis Motivasi

a) Di dalam jurnal Adabiya (2015) jenis-jenis motivasi di bagi menjadi sebagai berikut:

1. Motivasi instrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Contoh: seseorang yang senang membaca, tidak usah ada yang menyuruh atau mendorongnya, ia sudah rajin mencari buku-buku untuk dibacanya (misalnya kegiatan belajar).
2. Motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar. Dengan contoh: seseorang belajar, karena tahu besok paginya ujian dengan harapan akan mendapatkan nilai baik, sehingga akan di puji oleh temannya atau orang terdekat. Jadi yang penting bukan karena belajar ingin mengetahui sesuatu, tetapi ingin mendapatkan nilai yang baik, agar mendapat hadiah, Jika dilihat dari segi tujuan kegiatan yang dilakukannya, tidak secara langsung bergayut dengan esensi yang dilakukannya. Oleh karena itu

motivasi ini didalamnya aktivitas belajar yang diteruskan berdasarkan dorongan luar.

- b) Crompton dkk (Bansal dan Einsel dalam Mahadewi, 2017: 73) adalah:
1. Iklim (suasana atau lingkungan) adalah istilah yang luas, mulai dari cuaca hingga faktor kesehatan. Contohnya keinginan berwisata untuk pindah ke iklim kering dan hangat setidaknya untuk sementara waktu dan menghindari musim dingin. Sehingga turis yang datang dengan keinginannya untuk menikmati cahaya matahari menjadi salah satu faktor pendorong untuk melakukan perjalanan wisata. Kategori ini memuat apa yang disebut sebagai melarikan diri dari lingkungan yang membosankan untuk sementara waktu, yaitu tujuan yang secara fisik atau sosial berbeda dari lingkungan asal pengunjung. Hal tersebut adalah salah satu faktor pendorong yang menarik calon pengunjung untuk melakukan perjalanan wisata.
 2. Relaksasi sesuai definisi adalah mengambil waktu untuk melakukan aktivitas- aktivitas yang disukai, termasuk kegiatan olah raga seperti bermain golf hingga menyelam., Kategori motivasi relaksasi termasuk motif untuk menghindari rutinitas sehari-hari yang menjenuhkan.
 3. Petualangan adalah sesuatu yang baru. Petualangan adalah hasil dari melihat sesuatu secara langsung, bukannya pengalaman yang dilakukan oleh orang lain.
 4. Alasan pribadi yang dijelaskan adalah seperti prestis atau bernostalgia dalam mengunjungi suatu untuk mengenang masa lalu guna meningkatkan kedekatan dalam bersosialisasi melalui kegiatan berwisata. Faktor kenyamanan dalam fasilitas dan prasarana menjadi salah satu pendukung motif tersebut.
 5. Motif edukatif untuk melakukan perjalanan wisata seperti yang dijelaskan ialah termasuk mengunjungi situs-situs yang wajib dilihat. Kunjungan yang dilakukan akan menghasilkan pengalaman yang lengkap beserta informasi-informasi yang diperoleh dari tempat yang telah dikunjungi oleh wisatawan

2.5 Motivasi Berdasarkan Kelompok

Menurut McIntosh dan Murphy (dalam Mahadewi, 2017:74) mengatakan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu sebagai berikut:

1. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya.
2. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalkan budaya (bangunan bersejarah).
3. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya.
4. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status and *prestige motivation*.

2.6 Faktor- faktor motivasi

a) Menurut Pitana dan Gayatri

Faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan (*push factors*) dan faktor-faktor penarik motivasi wisatawan (*pull factors*). Faktor-faktor pendorong dan penarik ini merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan dalam melakukan perjalanan. Faktor pendorong umumnya bersifat sosialpsikologis, merupakan *person specific motivation* Pitana & Gayatri (dalam Hermansyah, 2012:248).

b) Menurut Algahamdi

Menurut Algahamdi (dalam Hermansyah, 2012:248) faktor- faktor pendorong yang memotivasi wisatawan untuk berwisata terdiri dari, *escape motives, relaxation, prestige, family and friend togetherness, knowledge, sport motivations, adventure, enjoying natural resources, desire for sex, motivations of alcohol consumption*, namun yang diteliti dalam penelitian dan sesuai dengan kondisi di lapangan yaitu *escape motives, relaxation, family and friend togetherness, knowledge dan enjoying natural resource*.

- 1) *Escape motives* adalah keinginan wisnus untuk melepaskan diri dari lingkungan atau rutinitas sehari-hari.
- 2) *Relaxation* adalah keinginan wisnus untuk menyegarkan diri secara mental dan fisik dengan berkunjung ke tempat wisata
- 3) *Family and friend togetherness* adalah keinginan wisnus untuk mempererat kekerabatan dengan berkunjung ke wisata.
- 4) *Knowledge* adalah keinginan wisnus untuk memperoleh/menambah pengetahuan dan wawasan dengan berkunjung ke wisata.
- 5) *Enjoying natural resources*, keinginan wisnus untuk menikmati keindahan alam dengan berkunjung.

2.7 Teori- teori Pengalaman

- a) Menurut Zainulla, dkk (dalam Adnyani dan dewi, 2019: 4075-4076) Pengamalan adalah suatu proses pembelajaran dan penambahan potensi bertingkah laku baik dari pendidikan formal atau non formal yang dapat diartikan sebagai suatu proses yang membawa seseorang pada suatu pola tingkah laku yang lebih baik.
- b) Menurut Kesumah (dalam Kesumah, 2018: 50) Pengalaman merupakan elemen pembeda yang ditawarkan oleh suatu destinasi pada tamu (Kusumah, 2017).
- c) Pengalaman sebagai variabel pemoderasi juga telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Bannet, et, al (2005).

2.8 Teori-teori Pariwisata

Istilah pariwisata (*tourism*) berbeda dengan istilah perjalanan (*travel*). Tidak semua perjalanan termasuk kedalam perjalanan wisata. Semua perjalanan wisata dilakukan pada saat waktu senggang, tapi tidak semua waktu senggang dimanfaatkan untuk perjalanan wisata (Andayani, 2014:1).

Menurut fyall dan Morgan (dalam Yusendra, 2015 :50) Pariwisata memiliki definisi yang bermacam-macam, misalnya Middleton, Fyall & Morgan (2009) mendefinisikan pariwisata sebagai “semua kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan dalam jangka waktu pendek menuju ke destinasi/lokasi diluar area tempat mereka tinggal, hidup, bekerja dan menjalani aktivitas sehari hari”.

Middleton & Clarke, Hunziker & Krapf (dalam Nirwanda, Sapta dan Yusendra, 2015:50), mendefinisikan Kepariwisata adalah keseluruhan gejala (fenomena) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya dengan maksud bukan untuk tinggal menetap di tempat yang disinggahi dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah”.

Menurut Goeldner & Ritchie (dalam Yusendra: 50) dimana pariwisata merupakan kegiatan dari orang-orang yang mengunjungi tempat tertentu untuk jalan-jalan, mengunjungi teman dan kerabat, mengambil liburan, dan bersenang-senang. Orang-orang tersebut mungkin menghabiskan waktu luang mereka terlibat dalam berbagai olahraga, berjemur, silaturahmi, bernyanyi, mengambil perjalanan, tur, membaca, atau hanya menikmati lingkungan.

Goeldner & Ritchie (dalam Yusendra, 2015:51) juga memasukkan beberapa kegiatan-kegiatan lainnya seperti acara konvensi, konferensi bisnis, atau beberapa kegiatan dari usaha atau kegiatan profesional serta orang-orang yang mengambil study tour dan penelitian ilmiah (*MICE=Meeting, Incentives, Conference, and Event*). Setiap usaha untuk mendefinisikan pariwisata dan untuk menggambarkan ruang lingkup sepenuhnya harus mempertimbangkan berbagai kelompok yang berpartisipasi dalam dan dipengaruhi oleh industri ini. Perspektif mereka sangat penting untuk pengembangan definisi yang komprehensif. Empat perspektif yang berbeda dari pariwisata dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Wisatawan: para wisatawan biasanya mencari berbagai pengalaman psikis dan fisik serta kepuasan. Sifat ini akan sangat menentukan tujuan yang dipilih dan kegiatan menikmati destinasi wisata.
2. Bisnis yang menyediakan produk dan jasa pariwisata: Para pebisnis melihat pariwisata sebagai kesempatan untuk membuat keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang sesuai dengan tuntutan pasar wisata.
3. Pemerintahan yang menyelenggarakan area pariwisata: Pemerintah setempat melihat pariwisata sebagai faktor akan meningkatkan perekonomian di daerah yurisdiksi mereka. Perspektif pemerintah terkait dengan peningkatan pendapatan warganya dari bisnis yang tercipta dari dunia kepariwisataan.

Pemerintah juga mempertimbangkan penerimaan devisa dari pariwisata, serta penerimaan pajak yang dikumpulkan dari pengeluaran wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemerintah setempat juga dapat memainkan peran penting dalam kebijakan pariwisata, pengembangan, promosi, dan implementasi.

4. Masyarakat Setempat: Masyarakat setempat biasanya melihat pariwisata sebagai faktor budaya dan pekerjaan. Yang penting bagi masyarakat setempat, adalah efek dari interaksi antara sejumlah besar pengunjung internasional dan penduduk. Efek ini mungkin bermanfaat atau berbahaya, atau keduanya.

2.8.1 Teori-teori Wisawatan

Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
5. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
6. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

7. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

2.8.2 Konsep Wisatawan

Menurut WTO (1999:5) yang dimaksud dengan:

- a) *Tourims – activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes*; Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan diluar lingkungan kesehariannya.
- b) *Visitor – any person traveling to a place other than of his/her usual environment for less than 12 consecutive months and whose main purpose of travel is not to work pay in the place visted*; Pengunjung adalah siapapun yang melakukan perjalanan ke daerah lain dari luar lingkungan kesehariannya dalam jangka waktu tidak lebih dari 12 bulan berturut-turut dan tujuan perjalanan tidak untuk mencari nafkah di daerah tersebut
- c) *Tourist – overnight visitor, visitor staying at least one night in collective or private accommodation in the visited*; wisatawan merupakan pengunjung yang menginap atau pengunjung yang tinggal di daerah tujuan setidaknya satu malam di akomodasi umum atau pribadi.
- d) *Same day visitor – excursionists, visitor who does not spend the night in a collective or private accommodation in the place visited*; Pengunjung harian adalah ekskurionis, pengunjung yang tidak bermalam di akomodasi umum atau pribadi di daerah tujuan.

Berdasarkan Smith, & Stephen L.S. (dalam Mahadewi, 2017: 72), wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu: 1. *Domestic Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu negara yang mempunyai tempat di dalam negara yang bersangkutan. 2. *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang – orang yang bukan penduduk di suatu negara 3. *Outbound tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain 4. *Internal*

tourism adalah merupakan kombinasi antara *domestic tourism* dan *outbound tourism*. 5. *International tourism* adalah merupakan kombinasi *inbound* dan *outbound tourism*.

Berdasarkan Smith, & Stephen L.S. (dalam Mahadewi 2017: 72), wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu:

1. *Domestic Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu negara yang mempunyai tempat di dalam negara yang bersangkutan.
2. *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang – orang yang bukan penduduk di suatu negara
3. *Outbound tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain.
4. *Internal tourism* adalah merupakan kombinasi antara *domestic tourism* dan *outbound tourism*
5. *International tourism* adalah merupakan kombinasi *inbound* dan *outbound tourism*.

2.9 Pengertian Keputusan Berkunjung

Keputusan yang konsumen lakukan kegiatan lakukan yang berkaitan dengan berwisata adalah keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata. Keputusan wisatawan untuk memilih objek wisata pada dasarnya merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan.

Pada umumnya manusia bertindak rasional dalam mempertimbangkan segala resiko yang timbul dari Tindakannya sebelum melakukan sebuah perilaku tertentu. Maka dari itu sebelum memutuskan untuk melakukan sebuah perilaku tertentu maka dari itu sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian yaitu pengenalan masalah pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pembelian (Simamora dalam kristiutami, 2017:55).

2.9.1 Konsep Keputusan Berkunjung

Pada *Theory of planned behavior* dijelaskan bahwa perilaku manusia berasal dari tiga macam pertimbangan (Ajzen dalam Isnaini 2018:134) pertimbangan pertama yaitu keyakinan atas sikap yang mengarah pada perilaku atau biasa disebut *behavioral beliefs*. Pertimbangan yang kedua yaitu keyakinan tentang harapan *normative* orang lain atau biasa disebut *normative belief*. Pertimbangan ketiga yaitu keyakinan tentang adanya faktor-faktor yang mungkin akan membantu menampilkan perilaku atau justru menghambat munculnya perilaku yang disebut *control beliefs*.

Keputusan menurut Pitana dan Gayatri (dalam Simamora, 2017:55) bahwa dalam keputusan melakukan perjalanan wisata terdapat lima tahapan yaitu: kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan, pencarian dan penilaian informasi, keputusan melakukan perjalanan wisata, persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, evaluasi kepuasan perjalanan wisata.

2.9.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai bahan perbandingan maka di Bab II ini penulis mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu Adapun Penelitian sebelumnya dengan topik pembahasan yang sama dapat mendukung Penelitian yang dijadikan acuan sebagai berikut:

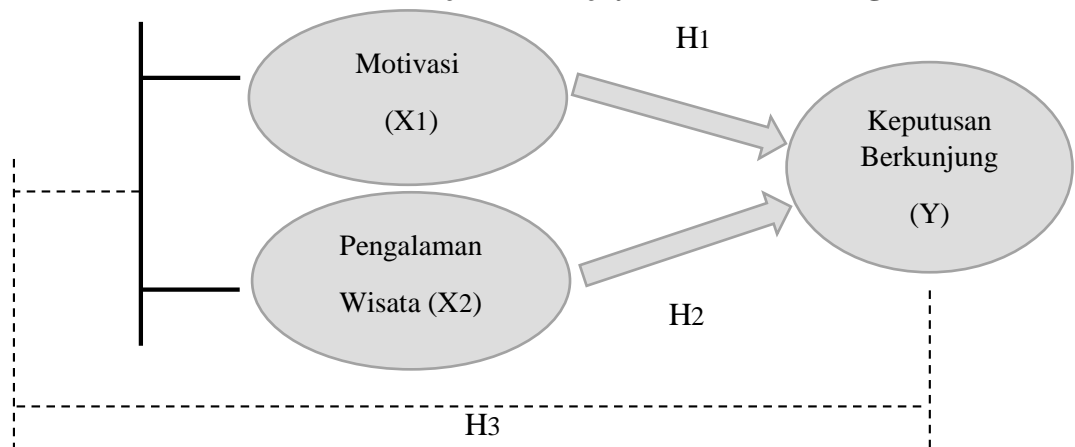
Dari tabel keempat penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan penulis letak obyek kajiannya memfokuskan pada pengaruh keputusan berkunjung dan faktor-faktornya seperti pada tabel tersebut. Sedangkan kesamaanya ada terdapat teknik mengambil data dan analisis data yang telah diteliti oleh penulis mengacu pada penelitian lapangan dan orientasi penelitian.

2.9.3 Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono (2012:13) Objek penelitian adalah: “Sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hak objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu)”.

Berdasarkan pernyataan tersebut Objek penelitian yang penulis teliti dapat diketahui bahwa dengan diketahuinya motivasi dan pengalaman terhadap keputusan berkunjung ke TPKS. Dalam penelitian ini yaitu variabel bebas Motivasi (X1) Pengalaman wisatawan (X2), keputusan berkunjung (Y1) sebagai variabel terikat.

**Faktor-faktor dalam berkunjung ke Taman
Purbakala Kerajaan Sriwijaya Kota Palembang**



Gambar.2.1

Sumber: Sugiono, (2021)