

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Pariwisata**

Menurut Kodhyat dalam Kurniansyah (2014:28) Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ketempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial budaya, alam dan ilmu.

Menurut Wahab (dalam Utama (2017: 02), pariwisata mengandung tiga unsur antara lain: manusia, yakni unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata; tempat, yakni unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri; dan waktu, yakni unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam di tempat tujuan. Jadi, definisi pariwisata adalah salah satu dari industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan.

Adapun definisi pariwisata lain yang diungkapkan oleh ahli pariwisata. menurut Cooper dkk dalam Prasiasa, (2013: 52) pada daerah tujuan wisata harus memiliki beberapa komponen antara lain daya tarik (*attraction*), mudah dicapai karena ada transportasi lokal dan terminal (*access*), tersedianya berbagai fasilitas seperti akomodasi, restoran, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan pelayanan lainnya (*amenities*), dan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan.

Berdasarkan pendapat beberapa menurut dari para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan dengan meninggalkan tempat asalnya ke suatu tempat lainnya dalam waktu sementara waktu dan tidak menetap selamanya, dengan kegiatan tujuan utama menikmati suasana dan bersenang-senang.

#### **2.2 Jenis Jenis Pariwisata**

Menurut Mappi dalam Pradikta (2013:14) Objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu:

1. Objek wisata alam, misalnya: laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain lain.
2. Objek wisata budaya, misalnya: upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun kesawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.
3. Objek wisata buatan, misalnya: sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobat, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain lain.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa objek wisata terdiri dari tiga jenis pariwisata yaitu objek wisata alam, objek wisata budaya dan objek wisata buatan.

### **2.3 Bentuk Komponen Utama Produk Wisata**

Menurut Middleton dalam Ramadhani (2020:8) menyatakan ada tiga komponen utama dari produk wisata, diuraikan sebagai berikut.

#### **2.3.1 Atraksi**

Elemen-elemen di dalam suatu atraksi wisata yang secara luas menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli diantaranya:

1. Atraksi wisata Alam, meliputi bentang alam, pantai, iklim dan bentuk geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya.
2. Atraksi wisata buatan/binaan Manusia, meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monument, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski,

tempat kepurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema.

3. Atraksi Wisata Budaya, meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni teater musik, tari dan pertunjukkan lain, dan museum. Beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi event khusus, festival, dan karnaval.
4. Atraksi Wisata Sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.

Suatu daerah untuk menjadi DTW (Daerah Tujuan Wisata) yang baik harus dikembangkan 3 (tiga) hal agar daerah itu menarik untuk dikunjungi, yaitu:

- a. Adanya *something to see* Maksudnya adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat.
- b. Adanya *something to buy* Maksudnya adalah sesuatu yang menarik dan khas untuk dibeli.
- c. Adanya *something to do* Maksudnya adalah sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu.

### **2.3.2 Amenitas**

#### 1. Definisi Amenitas

Menurut Middleton dalam Ramadhani (2020:9) amenitas / fasilitas Terdapat unsur-unsur di dalam suatu atraksi atau berkenaan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi di dalam suatu atraksi wisata. Hal tersebut meliputi:

1. Akomodasi meliputi hotel, desa wisata, apartment, villa, caravan, hostel, guest house, dan sebagainya.
2. Restoran, meliputi dari makanan cepat saji sampai dengan makanan mewah.
3. Transportasi di suatu atraksi, meliputi taksi, bus, penyewaan sepeda dan alat ski di atraksi yang bersalju.
4. Aktivitas, seperti sekolah ski, sekolah berlayar dan klub golf.

5. Fasilitas-fasilitas lain, misalnya pusat-pusat bahasa dan kursus keterampilan.
6. *Retail Outlet*, seperti toko, agen perjalanan, souvenir, produsen camping.
7. Pelayanan-pelayanan lain, misalnya salon kecantikan, pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan dan kebijaksanaan pariwisata

Kutipan dalam artikel Ruspitasari dan Solihin (2014) Amenitas adalah segala bentuk fasilitas pendukung yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya. Amenitas berkaitan dengan sarana akomodasi, restoran, toilet umum, rest area, souvenir shop, tempat parkir, tempat ibadah dan lain-lain yang sebaiknya harus ada di suatu destinasi wisata.

Wisatawan akan datang dan berkunjung kembali apabila tersedianya fasilitas-fasilitas yang dapat memenuhi segala kebutuhannya selama menikmati daya tarik wisata tersebut (Eka Rosyidah A, dkk, 2017:18). Dengan adanya fasilitas-fasilitas yang mendukung tentunya akan membuat pengunjung atau wisatawan merasa nyaman dan mendapatkan kesan yang baik selama menikmati objek wisata tersebut. hal itu dapat meningkatkan kualitas objek wisata tersebut dan juga meningkatkan jumlah kunjungan yang ada serta dapat membuat wisatawan ingin terus menerus mengunjunginya.

Menurut Spillane (dalam Ramadhani, 2020:10) Amenitas merupakan berbagai rangkaian fasilitas yang disediakan oleh suatu tempat tujuan wisata yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung atau wisatawan yang datang. Sedangkan fasilitas adalah suatu alat yang disediakan oleh pihak pengelola tempat wisata guna memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk menikmatinya, fasilitas dapat berupa penginapan, tempat parkir, tempat belanja, ruang pengelola, kamar mandi dan toilet.

### **2.3.3 Aksesibilitas**

## 1. Pengertian Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu unsur utama dalam produk karena mendorong pasar potensial menjadi pasar nyata, aksesibilitas mencakup transportasi masuk ke negara, *inter* dan *intra regional* (daerah) serta di dalam kawasan, dan kemudahan memperoleh informasi tentang destinasi (Suryadana, Octavia 2015:56).

Aksesibilitas menurut Sheth dan Sisodia (2012:15) dalam Ramadhani (2020:11) adalah sejauh mana pelanggan dapat dengan mudah memperoleh dan menggunakan produk. Aksesibilitas memiliki dua dimensi, yaitu:

### a. Ketersediaan

ditunjukkan oleh faktor-faktor seperti pasokan relatif terhadap permintaan, sejauh mana produk disimpan di penyimpanan, terkait produk dan layanan.

### b. Kenyamanan

ditunjukkan oleh faktor-faktor seperti waktu dan upaya yang diperlukan untuk memperoleh produk, kemudahan yang produk dapat ditemukan di dalam dan berbagai lokasi, kemasan dalam ukuran nyaman.

## 2. Elemen-Elemen yang Mempengaruhi Aksesibilitas

Elemen-elemen ini adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi. Elemen-elemen tersebut adalah:

### a. Infrastruktur

b. Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, marina.

c. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum.

d. Faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan.

e. Peraturan Pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

## 2.4 Komponen Pariwisata

Komponen pariwisata menurut McIntosh (dalam Octavia, 2015:34-35), pariwisata diklasifikasikan ke dalam empat kategori besar yaitu:

- a. Sumber daya alam, meliputi: iklim, bentuk alam, flora, fauna, sungai, pantai, pemandangan alam, sumber mata air, sanitasi, dan lain sebagainya.
- b. Infrastruktur meliputi: jaringan air bersih, limbah, gas, listrik dan telepon, drainase, jalan raya, rel kereta api, hotel, restoran, pusat perbelanjaan, tempat tempat hiburan, museum, pertokoan dan infrastruktur lainnya.
- c. Transportasi, meliputi: kapal laut, pesawat terbang, kereta api, bus dan fasilitas transportasi lainnya.
- d. Keramah tamahan dan budaya setempat, diwujudkan dalam bentuk sikap ramah tamah dan sopan santun penduduk setempat dalam menerima wisatawan.

Menurut Pendit (dalam Utama, 2017:144), pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut.

1. Wisata Budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Seiring perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, seni 145 drama, seni musik, dan seni suara), atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.
2. Wisata Maritim, jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air, lebih-lebih di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan didaerah-daerah atau negara-negara maritim, di Laut Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji dan sebagainya.

3. Wisata Cagar Alam, untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang. Wisata cagar alam ini banyak dilakukan oleh para penggemar dan pecinta alam dalam kaitannya dengan kegemaran memotret binatang atau marga satwa serta pepohonan kembang beraneka warna yang memang mendapat perlindungan dari pemerintah dan masyarakat.
4. Wisata MICE, diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan berupa usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendikiawan dsb) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.
5. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.
6. Wisata Buru, jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
7. Wisata Ziarah, jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat.

## **2.5 Keputusan Berkunjung**

Keputusan berkunjung wisatawan dalam penelitian ini pada dasarnya adalah sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan untuk mengunjungi suatu tempat tertentu yang sebelumnya sudah ada beberapa persiapan awal untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan tempat destinasi wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Keputusan berkunjung ke

destinasi wisata dalam penelitian ini digunakan dengan pendekatan perilaku keputusan pembelian sehingga dapat dianalogikan keputusan berkunjung wisatawan sebagai keputusan pembelian untuk melakukan perjalanan wisata pada dasarnya sama dengan keputusan pembelian yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan lebih.

Menurut Mathieson dan Wall dalam Hajar (2018:21) pengambilan keputusan seseorang wisatawan melalui lima fase yang sangat penting, yaitu :

1. Kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan. Tujuan dari perjalanan dirasakan oleh calon wisatawan, yang selanjutnya ditimbang-timbang apakah perjalanan tersebut memang harus dilakukan atau tidak.
2. Pencarian dan penilaian informasi. Hal ini misalnya dilakukan dengan menghubungi agen perjalanan, mempelajari bahan-bahan promosi (brosur, leaflet, media massa), atau mendiskusikan dengan mereka yang telah berpengalaman terlebih dahulu. Info ini dievaluasi dari segi keterbatasan dan waktu *alternative* dari berbagai destinasi yang memungkinkan dikunjungi, dan pertimbangan-pertimbangan lainnya.
3. Keputusan melakukan perjalanan wisata. Keputusan ini meliputi antara lain daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, jenis akomodasi, cara bepergian, dan aktivitas yang akan dilakukan di daerah tujuan wisata.
4. Persiapan perjalanan dan pengalaman wisata. Wisata melakukan *booking*, dengan segala persiapan pribadi, dan akhirnya perjalanan wisata dilakukan.
5. Evaluasi kepuasan perjalanan wisata. Selama perjalanan, tinggal di daerah tujuan wisata, dan setelah kembali ke daerah asal, wisatawan secara sadar maupun tidak sadar, selalu melakukan evaluasi terhadap perjalanan wisatanya, yang akan mempengaruhi keputusan perjalanan wisatawannya di masa yang akan datang.

## 2.6 Produk Pariwisata

Produk Pariwisata (*tourism product*) menurut Octavia, (2015:44-45), merupakan suatu bentuk yang nyata (*tangible product*) dan tidak nyata (*intangible product*), dikemas dalam suatu kesatuan rangkaian perjalanan yang



hanya dinikmati, apabila seluruh rangkaian perjalanan yang hanya dapat dinikmati, apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik bagi orang yang melakukan perjalanan atau yang menggunakan produk tersebut.

Bentuk dari produk pariwisata ini pada dasarnya merupakan tidak nyata, karena dalam suatu rangkaian perjalanan terdapat berbagai macam unsur yang saling melengkapi, tergantung pada jenis perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan.

## 2.7 Definisi Pariwisata

Dalam kegiatan pariwisata erat kaitannya dengan wisatawan. Adapun definisi wisatawan menurut *The International Union of Office Travel Organization* (IUOTO) dan *World Tourism Organization* (WTO) (dalam Muljadi, 2009:11) “Adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke negara selain dari tempat tinggalnya yang biasa tetapi di luar lingkungan biasanya untuk jangka waktu tidak lebih dari 12 bulan dan yang tujuan utama kunjungannya adalah selain untuk melakukan aktivitas yang dibayar dari dalam negara yang dikunjungi”.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata dalam Pasal 1 angka 1 dan angka 2, 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. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.

Menurut PBB (dalam Yoeti, 2016:284), pengertian pengunjung mencakup dua kategori, yaitu:

1. Wisatawan (Tourist) adalah pengunjung yang tinggal menetap sekurang – kurangnya selama 24 jam di negara yang ia kunjungi dengan maksud:
  - a. Menggunakan waktu (leisure time) seperti untuk rekreasi, libur, cuti, berobat, studi ataupun olahraga

- b. Tujuan bisnis, mengunjungi keluarga, rapat-rapat dinas atau misi tertentu.
2. Pelancong (excursionist), yaitu orang-orang yang datang mengunjungi suatu negara dalam jangka waktu kurang dari 24 jam dan tidak bermalam di tempat tempat yang ia kunjungi. Termasuk kategori ini adalah pelancong kapal pesiar dan awak kapalnya.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah seseorang yang melakukan suatu perjalanan wisata ke tempat tujuan yang berada di luar tempat tinggalnya tetapi tidak untuk menetap. Adapun tujuan dari perjalanannya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginannya, seperti berlibur, berbisnis, kunjungan keagamaan dan tujuan lainnya.

## **2.8 Desa Wisata**

Menurut Peraturan Menteri Kebudayaan Dan Pariwisata Nomor: Pm.26/Um.001/Mkp/2010, Tentang Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata Melalui Desa Wisata, Desa Wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

Kegiatan PNPM Mandiri Pariwisata difokuskan pada pengembangan wilayah sasaran yang memiliki keterkaitan fungsi dan pengaruh dengan unsur daya tarik wisata berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia maupun fasilitas usaha pariwisata dan industri kreatif yang menjadi penggerak aktivitas kepariwisataan di desa wisata. Dengan demikian, PNPM Mandiri Pariwisata diharapkan memberi dampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat di desa wisata dan sekitarnya.

## **2.9 Kerangka Berpikir, Penelitian Terdahulu, dan Hipotesis**

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Sekarang dalam (Sugiyono, 2018:101).

1. Hubungan antara Atraksi Terhadap Keputusan Berkunjung

Muharromah dan Anwar dalam Ramadhani (2020:18) menyatakan bahwa variabel atraksi dan variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun pada variabel amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan variabel atraksi, amenitas dan aksesibilitas berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung.

Rossadi dan Widayanti dalam Ramadhani (2018:19) menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen (aksesibilitas, amenitas dan atraksi wisata) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Dan secara parsial variabel aksesibilitas dan amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, sedangkan variabel atraksi wisata secara signifikan tidak berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan Hipotesis 1 yaitu:  
H1 : Atraksi wisata memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Gunung Agung Lama Kota Pagaralam.

## 2. Hubungan antara Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Muharromah dan Anwar dalam Ramadhani (2020:18) menyatakan bahwa variabel atraksi dan variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun pada variabel amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan variabel atraksi, amenitas dan aksesibilitas berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung.

Rossadi dan Widayanti (2020:19) menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen (aksesibilitas, amenitas dan atraksi wisata) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Dan secara parsial variabel aksesibilitas dan amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, sedangkan variabel atraksi wisata secara signifikan tidak berpengaruh terhadap minat kunjung wisatawan.

Berdasarkan rincian diatas, maka dapat disimpulkan Hipotesis 2 yaitu:

H2: Amenitas memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Desa Wisata Gunung Agung Lama Kota Pagaralam.

### 3. Hubungan antara Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Muharromah dan Anwar dalam Ramadhani (2020:18) menyatakan bahwa variabel atraksi dan variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun pada variabel amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan variabel atraksi, amenitas dan aksesibilitas berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung.

Rossadi dan Widayanti dalam Ramadhani (2020:19) menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen (aksesibilitas, amenitas dan atraksi wisata) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Dan secara parsial variabel aksesibilitas dan amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, sedangkan variabel atraksi wisata secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan Hipotesis 3 yaitu:

H3 : Aksesibilitas memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Desa Wisata Gunung Agung Lama Kota Pagaralam.

### 4. Hubungan antara Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Muharromah dan Anwar dalam Ramadhani (2020:18) menyatakan bahwa variabel atraksi dan variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun pada variabel amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Secara simultan variabel atraksi, amenitas dan aksesibilitas berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung.

Abdulhaji dan Yusuf dalam Ramadhani (2020:20) menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas dan fasilitas dapat berpengaruh signifikan terhadap citra

objek wisata Tolire Besar. menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen (aksesibilitas, amenitas dan atraksi wisata) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Dan secara parsial variabel aksesibilitas dan amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan, sedangkan variabel atraksi wisata secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

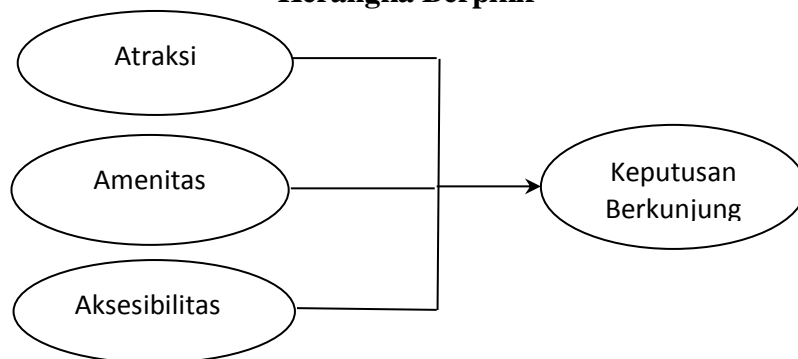
Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan Hipotesis 4 yaitu:

H4 : Atraksi, amenitas dan aksesibilitas memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Minat Berkunjung wisatawan ke Desa Wisata Gunung Agung Lama Kota Pagaralam

Kerangka berpikir dari penelitian Pengaruh Komponen Utama Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Desa Wisata Gunung Agung Lama Kota Pagaralam. dapat dilihat pada gambar berikut.

**Gambar 2.1.**

**Kerangka Berpikir**



*Sumber: hasil pengembangan dari peneliti, 2021*

### 3.0 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul

penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.