

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori yang menunjang penulisan

Sugiyono (2017:18) menyatakan teori merupakan alur logika atau penalaran yang merupakan perangkat konsep, definisi, dan proposisi yang disusun secara sistematis. Dalam penelitian penulis menggunakan beberapa teori, diantaranya sebagai berikut

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Koen Meyers (2009) pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Sedangkan menurut Sinaga (2010), Pariwisata ialah suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan dengan secara individu ataupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk menghasilkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya yang dilakukan secara individu maupun kelompok wisatawan untuk mendapatkan kesenangan. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Sugiyama (2011), yang menyatakan bahwa pariwisata adalah rangkaian aktivitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang.

2.1.2 Destinasi Pariwisata

Menurut Sayangbatti dan Baiquni (2013) menyatakan destinasi pariwisata merupakan suatu tempat atau kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat unsur daya tarik, fasilitas, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan

melengkapi untuk mewujudkan kegiatan kepariwisataan, termasuk manajemen dan regulasinya.

Menurut Nurdin Hidayah (2019:5) Menyatakan Destinasi Pariwisata dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu:

1. Tempat tujuan pariwisata yang tidak memiliki batasan administratif yaitu tempat tujuan pariwisata yang tidak mengenal administratif kewilayahan, bisa didalam suatu batasan administratif tertentu atau berada dalam dua atau lebih batasan administratif.
2. Tempat tujuan pariwisata yang memiliki batasan administratif yaitu tempat tujuan pariwisata yang terkait dengan batasan administratif.

Sedangkan menurut sayangbattin dalam suci (2020) menyatakan destinasi pariwisata adalah suatu tempat yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang didalamnya terdapat unsur daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas serta masyarakat yang saling terkait untuk mewujudkan kegiatan kepariwisataan.

2.1.3 Pengertian Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Mengingat kegiatan wisata tidak hanya mencakup kegiatan yang bersifat rekreatif, maka yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mendorong orang untuk berkunjung dan singgah di Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang bersangkutan, misalnya: obyek wisata seni budaya, ziarah, lembaga pendidikan, bisnis, keramahan penduduk, keamanan, kebersihan dan sebagainya (H. Kodhyat.,1996: 5).

Daya Tarik Wisata Menurut Cooper dalam Suwena (2017) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu: *attraction, accessibility, amenity, dan ancillary service*.

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.

2.1.4 Minat Kunjung Ulang Wisata

Kata minat berasal dari bahasa Inggris yaitu interest, yang memiliki makna dorongan untuk bertingkah laku secara terarah terhadap objek kegiatan atau pengalaman tertentu, sehingga minat kunjung kembali adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali ke tujuan yang pernah didatangi (Nuraeni, 2014:4). Sedangkan menurut Umar dalam Bachtiar (2016:17), minat berkunjung kembali merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Berdasarkan dua pengertian mengenai minat kunjung ulang wisata tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung kembali adalah sesuatu tindakan berupa perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek atau destinasi pariwisata yang menciptakan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang dalam jangka waktu tertentu. Menurut Nuraeni dalam (Suci, 2020) mengemukakan Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat kunjung kembali yaitu:

- a. Kualitas Pelayanan: kesan kualitas pelayanan yang diterima oleh wisatawan akan mempengaruhi perilaku wisatawan yang datang. Semakin memuaskan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka semakin besar minat kunjung kembali.
- b. Citra destinasi, merupakan penghargaan yang diperoleh daya tarik wisata karena keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh daya tarik wisata

tersebut yang dapat mempengaruhi minat kunjung kembali. Semakin baik citra destinasi, maka semakin besar minat berkunjung ulang.

- c. Daya tarik wisata, merupakan hal-hal yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan. Semakin baik suatu daya tarik wisata maka semakin besar minat wisatawan berkunjung ulang
- d. Promosi: berfungsi untuk menciptakan image atau kesan tentang apa yang diiklankan. Semakin bagus promosi yang dilakukan maka akan menarik wisatawan untuk berkunjung kembali. Faktor-faktor tersebut secara bersama-sama akan menjadi elemen yang penting dalam siklus kunjungan kembali. Alasan yang mendasari di balik hubungan ini adalah bahwa setelah tujuan telah dikunjungi, wisatawan lebih mungkin untuk memahami destinasi pariwisata dengan resiko kecil mengalami kerugian dan merasa lebih aman dalam memilih itu di masa depan.

Menurut Mingfang dan Hanyu (2014) menyatakan bahwa minat kunjung ulang adalah keinginan yang kuat pengunjung untuk kembali berkunjung diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung paska kunjungan pada waktu tertentu. Indikator dari minat kunjung ulang yaitu:

1. Reputasi baik dimata pengunjung
2. Citra (image)
3. Minat berkunjung Kembali

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian tersebut. Dari penelitian sebelumnya penulis didukung oleh penelitian yang sama, sehingga dapat dijadikan referensi penulis dalam melakukan penelitian penulis. Berikut penelitian-penelitian sebelumnya terkait penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu;

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Penulis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Ke Bukit Siguntang	Suci Anggraini Ramadhani (2020)	Komponen Daya Tarik Wisata (Independen) Minat Kunjung Kembali (Dependen)	pengujian secara parsial (uji t) bahwa atraksi wisata dan ancillary service berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan, sedangkan amenitas wisata dan aksesibilitas wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.
2	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor.	Ajeng Fitri Nurlestari (2016)	Daya Tarik Wisata (Independen) Niat Kunjungan Ulang Wisatawan (Dependen) Kepuasan Wisatawan (Intervening)	Daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, kepuasan wisatawan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan, dan daya tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan.
3	Pengaruh Komponen Daya Tarik Wisata	Maria March Yamco (2019)	Komponen Daya Tarik Wisata (Independen)	Attraction, amenities, accessibilities, ancillary service secara bersama-sama berpengaruh

	Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan di Maluku Tenggara.		Minat Kunjung Kembali (Dependen)	terhadap minat kunjung kembali ke Goa Hawang. Attraction dan accessibilities berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung kembali ke Goa Hawang, tetapi amenities dan ancillary service tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung kembali.
4	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas dan Tarif Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Waduk Sermo Kulon Progo Yogyakarta	Anwani dan Endang Sri Rahayu (2015)	1. Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas dan Tarif. (Independen) 2. Minat Berkunjung Kembali (Dependen)	Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas dan Tarif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Waduk Sermo.
5	Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ke Wisata Bahari Desa Benan.	Iranita dan Putra Alamsyah (2019)	1. Citra Destinasi dan Aksesibilitas (Independen) 2. Minat Kunjung Ulang (Dependen)	Citra destinasi dan aksesibilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat kunjung ulang ke Wisata Bahari Desa Benan.
6	Pengaruh Daya Tarik, Kualitas	Budiman Marpaung	1. Daya Tarik, Kualitas	Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan	(2019)	Pelayanan, Fasilitas dan Keselamatan (Independen)	berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang. Keselamatan tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan maupun minat kunjungan ulang.
		2. Minat Kunjungan Ulang (Dependen)	

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir menurut (Sugiyono, 2017:60) merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut;



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Sumber: diolah dari berbagai sumber, 2021

2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Hikmawati (2019:50) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh pada pengumpulan data. Adapun Hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang;

- Ramadhani (2020) menyatakan pengujian secara parsial (uji t) bahwa atraksi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.
- Nurlestari (2016) Daya Tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan.
- Yamco (2019) Atraksi Wisata berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung kembali ke Goa Hawang.
- Anwani dan Endang Sri Rahayu (2015) Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Waduk Sermo.
- Iranita dan Putra Alamsyah (2019) Citra destinasi dan aksesibilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat kunjung ulang ke Wisata Bahari Desa Benan.
- Budiman Marpaung (2019) Daya Tarik wisata berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang.

Dapat disimpulkan Hipotesis 1 :

Ha1 : Atraksi wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

2. Amenitas Terhadap Minat Kunjung Ulang

- Ramadhani (2020) menyatakan pengujian secara parsial (uji t) Amenitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.
- Nurlestari (2016) Daya Tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan.

- Penelitian Yamco (2019) menyatakan bahwa *Attraction, amenities, accessibilities, ancillary service* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat kunjung kembali ke Goa Hawang. *Attraction* dan *accessibilities* berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung kembali ke Goa Hawang, tetapi *amenities* dan *ancillary service* tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung kembali.
- Anwani dan Endang Sri Rahayu (2015) Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Waduk Sermo.
- Iranita dan Putra Alamsyah (2019) Citra destinasi dan aksesibilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat kunjung ulang ke Wisata Bahari Desa Benan.
- Budiman Marpaung (2019) Daya Tarik wisata berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang

Dapat disimpulkan Hipotesis 2 :

Ha2 : Amenitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

3. Aksesibilitas Terhadap Minat Kunjung Ulang

- Ramadhani (2020) Amenitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.
- Nurlestari (2016) Daya Tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan.
- Yamco (2019) Atraksi Wisata berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung kembali ke Goa Hawang.
- Anwani dan Endang Sri Rahayu (2015) Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Waduk Sermo.
- Iranita dan Putra Alamsyah (2019) Citra destinasi dan aksesibilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat kunjung ulang ke Wisata Bahari Desa Benan.

- Budiman Marpaung (2019) Daya Tarik wisata berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang

Dapat disimpulkan Hipotesis 3 :

Ha3 : Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

4. Ancillary Service Terhadap Minat Kunjung Ulang;

- Ramadhani (2020) menyatakan pengujian secara parsial (uji t) *ancillary service* berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.
- Nurlestari (2016) Daya Tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan.
- Yamco (2019) *ancillary service* tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung kembali

Dapat disimpulkan Hipotesis 4 :

Ha4 : Amenitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

5. *Attraction, Amenities, accessibility, dan Ancillary Service* berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjung ulang

- Ramadhani (2020) menyatakan pengujian secara parsial (uji t) *ancillary service* berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan.
- Nurlestari (2016) Daya Tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang wisatawan.
- Penelitian Yamco (2019) menyatakan bahwa *Attraction, amenities, accessibilities, ancillary service* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat kunjung kembali ke Goa Hawang. *Attraction* dan *accessibilities* berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung kembali ke Goa Hawang, tetapi *amenities* dan *ancillary service* tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung kembali.

Dapat disimpulkan Hipotesis 5 :

Ha5: *Attraction, Amenities, accessibility, dan Ancillary Service* secara Bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjung ulang.