

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Hunziker (2018:30) pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing disuatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara.

Menurut World Tourism Organization (WTO), pariwisata merupakan kegiatan seseorang yang akan berpergian atau tinggal di suatu tempat diluar dari lingkungannya yang biasa dalam waktu yang tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk bisnis, kesenangan ataupun tujuan lainnya.

Menurut Muhammad Kasrul (2017:6) pengertian pariwisata diatas maka disimpulkan bahwa kegiatan pariwisata mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Terdapat dua lokasi yang saling terkait yaitu daerah asal dan juga daerah tujuan (destinasi).
2. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki objek dan juga daya Tarik wisata.
3. Sebagai daerah tujuan pasti memiliki sarana dan prasarana pariwisata.
4. Pelaksana perjalanan ke daerah tujuan dilakukan dalam waktu sementara.
5. Terdapat dampak yang ditimbulkan, khususnya daerah tujuan segi sosial, budaya, ekonomi dan lingkungan

2.2 Komponen Produk Wisata 4 A (Attraction, Accesibility, Amenity dan Ancillary)

Menurut Cooper dkk dalam Setyanto dan Pangestuti (2019) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu: attraction, accessibility, amenity dan ancillary.

a) Attraction

Attraction atau atraksi adalah produk utama sebuah destinasi. Atraksi berkaitan dengan what to see dan what to do. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Seharusnya sebuah atraksi harus mempunyai nilai diferensiasi yang tinggi. Unik dan berbeda dari daerah atau wilayah lain.

b) Accessibility

Accessibility atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi. Banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi individual tourist, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan travel agent, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik.

c) Amenity

Amenity atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang

mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, rest area, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenities harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi. Destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari amenities yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran dan rest area.

d) *Ancillary*

Ancillary berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut. Ini menjadi penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenities yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka ke depannya pasti akan terbengkalai. Organisasi sebuah destinasi akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan. Mengelola destinasi sehingga bisa memberikan keuntungan kepada pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat sekitar, dan wisatawan.

2.3 Kepuasan Wisatawan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Wisatawan

Dalam bukunya, Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan tentang daya tarik wisata dibandingkan dengan harapan wisatawan sebelum berkunjung di daya tarik wisata tersebut.

Menurut Oliver (2015), *satisfaction is the consumer's fulfillment response*, yang berarti bahwa kepuasan adalah respon konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan. Oliver (2015) juga menambahkan bahwa kepuasan adalah sebuah penilaian terhadap fitur suatu

produk/pelayanan ataupun produk/pelayanan itu sendiri yang mampu memberikan tingkat kenikmatan tertentu terhadap konsumsi yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan termasuk tingkat pemenuhan yang kurang maupun berlebih.

Selanjutnya Hill et al (2017) mengutip pernyataan Kotler yang berbunyi “ *if the product matches the expectations, the consumer is satisfied; if it exceeds them, the consumer is highly satisfied; if it fall short, the consumer is dissatisfied*” yang berarti bahwa ketika produk yang diterima sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas, bila melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, namun bila jauh dibawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan yang diinginkan pelanggan dengan kenyataan barang dan jasa yang diberikan. Apabila kenyataan diterima pelanggan tersebut lebih dari yang diharapkannya, maka pelanggan tersebut merasa puas, sedangkan kenyataan yang diterima tidak sesuai atau bahkan lebih rendah dari harapan maka pelanggan tersebut kecewa.

2.3.2 Dimensi Kepuasan Wisatawan

Terdapat tiga dimensi kepuasan wisatawan menurut Valle (2006) diantaranya adalah:

1. Kepuasan secara keseluruhan (General Satisfaction)
2. Kepuasan Atribut (Attribute Satisfaction)
3. Pencapaian Harapan (Met Expectation)

Wisatawan yang merasa tidak puas dapat saja menceritakan pengalamannya yang dikecewakan oleh penyedia jasa kepada orang lain dan tidak akan kembali mengunjungi destinasi tersebut di kemudian hari. Sedangkan wisatawan yang merasa puas akan membagikan ceritanya terkait pelayanan yang baik dan pengalaman yang menyenangkan saat berada di tempat tersebut kepada orang lain serta memiliki kemungkinan

untuk berkunjung kembali ke tempat yang sama di kemudian hari (Valle,2006).

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hal yang penting sebagai dasar pemikiran dan acuan dalam pembuatan skripsi ini. Beberapa penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini antara lain:

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Variabel	Hasil
1.	Stevianus, ..., "Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta". Universitas Gunadarma Jakarta 2018.	Variabel penelitian	Lokus penelitian, waktu penelitian	Kepuasan Pengunjung	Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel atraksi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung
2.	Husein Hasan, ..., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Melakukan Kunjungan Wisata Di Kota Tidore Kepulauan". Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer	Variabel Keputusan berkunjung	Lokus penelitian, waktu penelitian	Keputusan Berkunjung	Hasil penelitian adalah faktor marketing mix, sosial budaya dan psikologis secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan melakukan kunjungan.

	(STMIK) Tidore Mandiri. 2017				
3	Rani Dilla Oktavianty, 2014, "Pengaruh Kualitas Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung di Kawasan Wisata Gunung Galunggung." Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.	Variabel kualitas produk wisatawan dan Kepuasan wisatawan	Lokus penelitian, waktu penelitian	Kepuasan Wisatawan	Kualitas produk wisata cukup baik, kepuasan wisatawan cukup baik. Pengaruh kualitas produk wisata dan kepuasan pengunjung sedang, dengan koefisien determinasi 40,3%. Komponen yang dirasa mempengaruhi kepuasan adalah aksesibilitas menuju ke lokasi wisata
4.	Ilham Setyanto (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Pariwisata (4A) terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung.	Variabel Penelitian	Lokus penelitian, waktu penelitian	Komponen Produk 4 A, Kepuasan Wisatawan	Koefisien beta dari analisis yaitu sebesar 32,3% yang berarti bahwa pengaruh komponen destinasi pariwisata terhadap kepuasan wisatawan yaitu bahwa terdapat pengaruh signifikan antara komponen destinasi pariwisata terhadap kepuasan pengunjung.

5.	Andy Mulyana (2022) Pengaruh Komponen Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan	Variabel Penelitian	Lokus Penelitian, Waktu Penelitian	Komponen Produk 4 Kepuasan Wisatawan	A. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel atraksi, amenitas, aksesibilitas dan ancillary secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan wisatawan. Sedangkan secara parsial variabel atraksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai 3,75.
6.	Husna Candranurani (2018) Analisis Pengaruh Komponen Wisata terhadap kepuasan pengunjung wisata bahari.	Variabel Penelitian	Lokus Penelitian, Waktu Penelitian	Komponen Produk 4A, Kepuasan Wisatawan	Penelitian ini menemukan bahwa masing-masing komponen pariwisata memiliki dampak positif terhadap kepuasan pengunjung . Akomodasi, Aksesibilitas dan Amenitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

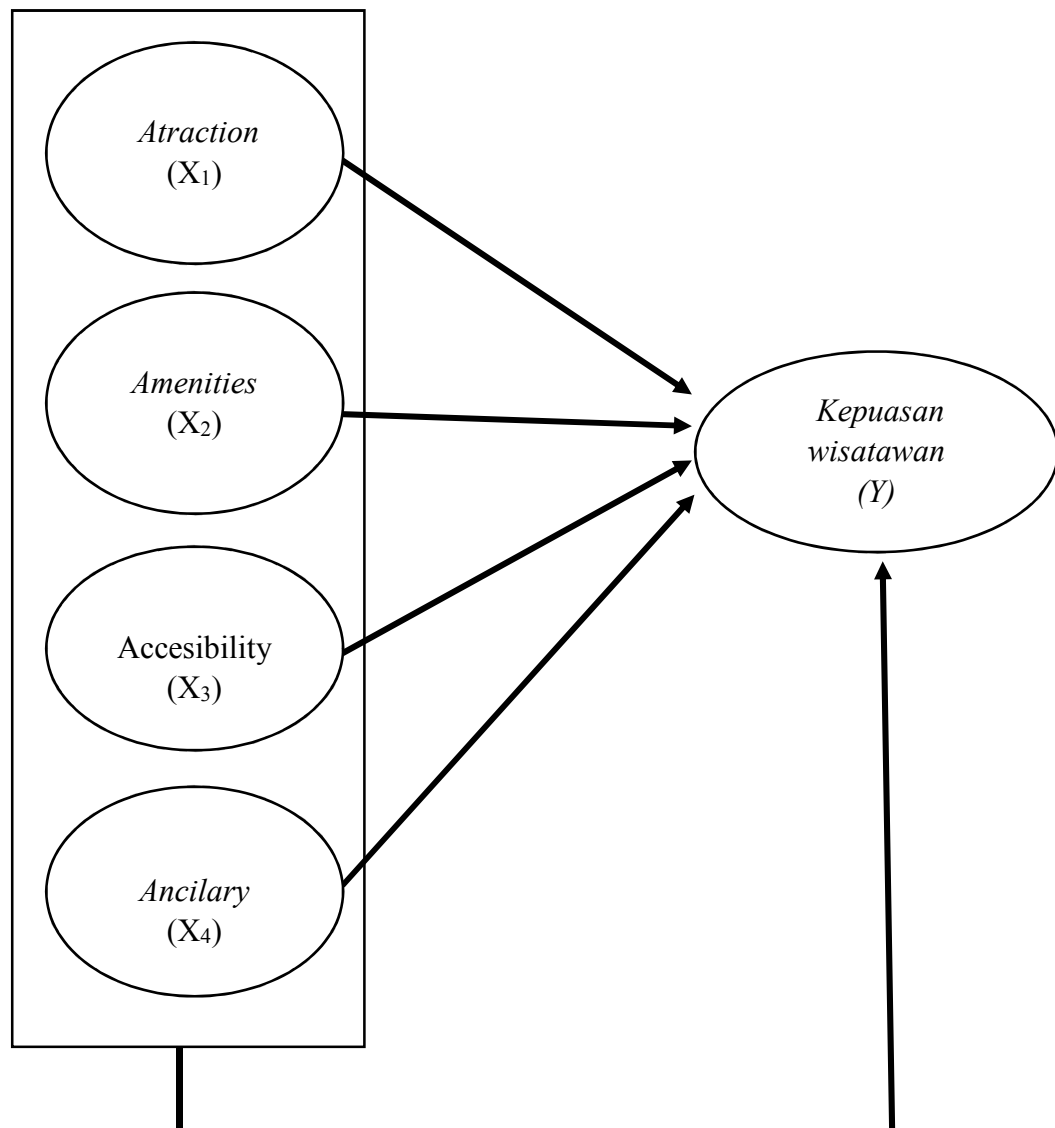
7.	Sulfi Abdulhaji (2016) Pengaruh Komponen Produk Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan	Variabel Penelitian	Lokus Penelitian, Waktu Penelitian	Komponen Produk 4A, Kepuasan Wisatawan	Atraksi sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan dan atraksi berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
8.	Danang Setioko (2020) Pengaruh Atraksi dan Amenitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Wisata Gunung Fatuleu Kabupaten Kupang	Variabel Penelitian	Lokus Penelitian, Waktu Penelitian	Komponen Produk 4 A, Kepuasan Wisatawan	Variabel atraksi dan amenitas, Amenitas paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung.

9.	Sihombing (2019) Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi pada pengunjung Pantai Pandan Kec Pandan Tapanuli Tengah)	Variabel Penelitian	Lokus Penelitian, Waktu Penelitian	Komponen Produk 4A, Kepuasan Wisatawan	Fasilitas Secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Aksesibilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. $T_{hitung} > T_{tabel} (4,341 > 1,677)$.
10.	Rosita (2016) Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ancillary terhadap Kepuasan Wisatawan Dio Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung	Variabel Penelitian	Lokus Penelitian	Komponen Produk 4 A, Kepuasan Wisatawan	Ancillary yang diberikan tempat wisata yang terdiri dari pengelolaan, pelayanan, dan penjaga pantai mampu memberikan dampak pada kepuasan wisatawan. Atraksi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Aksesibilitas yang terdiri dari tersedianya transportasi umum, kondisi jalan.

Sumber : Studi Kepustakaan, 2022

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan judul penelitian, maka secara sistematis dapat digambarkan kerangka pemikiran melalui Gambar 2.1



Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran

Sumber : Data diolah, 2022

2.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berfikir tersebut diatas maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Wisatawan

H2 : Amenitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan

H3 : Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan

H4 : Ancillary berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan