

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata

Pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan perorangan maupun sekelompok orang melakukan perjalanan ke tempat wisata. Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta “pari” yang berarti hal atau banyak melakukan dan kata “wisata” berarti perjalanan. Pariwisata adalah perjalanan atau banyak melakukan perjalanan.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 th 2009 pasal 1 ayat 3 tentang pariwisata, “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”.

Menurut Eddyono (2021 :1) “Pariwisata merupakan aktivitas serta proses meluangkan waktu, jauh dari rumah dalam upaya melakukan aktivitas perjalanan, rekreasi, relaksasi, dan kesenangan, sambil memanfaatkan penyediaan layanan komersial.

Menurut Suyadi (2015) “Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, yang bersifat sementara, untuk menikmati objek dan atraksi di tempat tujuan. Artinya, wisata adalah kegiatan di luar kegiatan sehari-hari, seperti bekerja atau sejenisnya”.

Adapun pariwisata menurut Setiawati dan Aji (2020)“Pariwisata adalah “suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dan bertujuan untuk bersenang senang dengan menikmati objek-objek wisata selama di perjalanan. Bentuk dari perjalanan tersebut harus dikaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi. Adapun orang yang melakukan perjalanan tidak bermaksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut” .

Dari beberapa pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata merupakan segala aktivitas yang berkaitan dengan perjalanan seseorang ataupun sekelompok orang yang keluar dari daerah asalnya untuk sementara waktu dengan tujuan bersenang-senang.

2.2 Citra Destinasi

Menurut Ahmad (2018) menyatakan “Citra destinasi adalah impresi seseorang atau beberapa orang yang memberikan sebuah pernyataan tentang destinasi yang mereka belum datangi. Citra destinasi tidak hanya didefinisikan sebagai persepsi atribut destinasi individu tetapi juga kesan secara menyeluruh atau holistic dari destinasi” .

Menurut Hanif dan Kusumawati (2016) menjelaskan bahwa “Citra Destinasi (destination image) merupakan keyakinan/pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata”.

Menurut Fatimah (2019) Mendefinisikan konsep citra destinasi sebagai ekspresi dari semua pengetahuan obyektif, prasangka, imajinasi dan pikiran emosional seorang individu atau kelompok tentang lokasi tertentu.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa citra destinasi adalah sebuah pengetahuan objektif dan kesan terhadap suatu destinasi pariwisata yang belum pernah dikunjungi maupun yang sudah dikunjungi.

2.3 Dimensi Citra Destinasi

Menurut Hailin *Qu et al* (2011) dalam *Lineuwih et al* (2021:5), indikator citra destinasi adalah sebagai berikut:

1. *Cognitive destination image* (citra destinasi kognitif), yaitu penilaian rasional (pemikiran) yang menjelaskan keyakinan dan informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu destinasi. Citra destinasi kognitif, terdiri dari kualitas pengalaman yang didapat oleh para wisatawan, atraksi wisata yang ada di suatu destinasi, lingkungan dan infrastruktur di lingkungan tersebut, hiburan dan tradisi budaya dari destinasi tersebut.
2. *Affective destination image* (citra destinasi efektif), yaitu penilaian emosional atau citra afektif yang menjelaskan perasaan mengenai suatu destinasi. Citra destinasi afektif, terdiri dari perasaan yang menyenangkan, membangkitkan santai dan menarik ketika di suatu destinasi, kelayakan destinasi wisata, dan mendapatkan pelayanan yang ramah di destinasi wisata.

2.4 Fasilitas Wisata

Fasilitas merupakan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan pengunjung atau wisatawan. Pengunjung tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan objek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata. Fasilitas objek wisata yang menarik dan sesuai dengan keinginan yang diminati akan menjadi daya tarik bagi pengunjung atau wisatawan untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut,

selain itu kebersihan, kelancaran dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen untuk berkunjung.

Menurut Azima (2019) Fasilitas adalah sarana-sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang diperuntukan bagi masyarakat umum dalam melakukan aktifitas dalam keseharian.

Huda (2015) mendefinisikan Fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

2.5 Indikator Fasilitas Wisata

Menurut Ahmad Huda (2015) “Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang” .

Menurut Spailen dalam Huda (2015) fasilitas dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu :

3. Fasilitas utama merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objek wisata. Fasilitas utama dilihat dari kebersihan adanya tempat sampah dan rambu-rambu peringatan tentang kebersihan, adanya kenyamanan seperti tersedianya tempat untuk beristirahat yang nyaman yang disediakan untuk pengunjung ditempat wisata, dan keindahan suasana yang berupa alam yang asri maupun buatan dan dapat memanjakan mata.
4. Fasilitas pendukung merupakan sarana sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga pengunjung atau wisatawan akan merasa lebih betah, Fasilitas pendukung terdiri dari akomodasi (penginapan), tempat makan dan minum, tempat parkir, tempat belanja, transportasi yang terbagi atas kebersihan, kerapian, kenyamanan dan keindahan.
5. Fasilitas penunjang, pada dasarnya merupakan sarana yang bersifat sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan terpenuhi apapun kebutuhan selama berada di objek wisata, berikut yang termasuk fasilitas penunjang :
 - a. Toilet
Fasilitas toilet adalah merupakan fasilitas yang sangat penting bagi pengunjung yang digunakan untuk buang air kecil dan besar bagi pengunjung di objek wisata.
 - b. Tempat Parkir
Tempat parkir merupakan fasilitas yang disediakan untuk memarkirkan kendaraan supaya terlihat rapi dan kamanan kendaraan lebih terjaga. Sarana parkir berpengaruh terhadap kelancaran lalu lintas maupun sirkulasi

pergerakan dilingkungan objek wisata tersebut. Agar tidak terjadinya kemacetan lalu lintas karena parkir sembarangan tepat dan juga yang terpenting juga ada penjaga tempat parkir untuk mengatur keluar dan masuknya kendaraan. Perlu disediakan area parkir yang cukup memadai untuk memarkirkan kendaraan-kendaraan pengunjung.

2.6 Tujuan Pengadaan Fasilitas

Menurut Arjana dan Suarja (2021) menjelaskan bahwa tujuan pengadaan fasilitas meliputi :

- a. Ditinjau dari aspek pariwisata, bertujuan untuk meningkatkan kunjungan dan memperlama masa tinggal wisatawan.
- b. Ditinjau dari aspek sosial ekonomi, bertujuan untuk menganekaragamkan perekonomian dan memperluas lapangan usaha dan pekerjaan.
- c. Ditinjau dari aspek sosial budaya, bertujuan untuk mengembangkan dan melestarikan nilai-nilai budaya serta memupuk kreatifitas dan bakat seni masyarakat.
- d. Ditinjau dari aspek lingkungan dan sumberdaya alam, bertujuan untuk memotivasi usaha pengembangan dan pembinaan lingkungan alam dan mengoptimalkan pemanfaatan potensi alam.
- e. Ditinjau dari Aspek manusia, bertujuan untuk memulihkan kesegaran dan mendapatkan kesenangan atau hiburan.

2.7 Kepuasan Berkunjung

Menurut Sumartini (2019) menyatakan “Kepuasan konsumen (pengunjung) merupakan tolak ukur dari keberhasilan daya tarik wisata. “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka”.

Menurut Muis dkk (2020) “Kepuasan wisatawan sebagai tingkat kesenangan pemenuhan wisatawan yang terjadi dari pengalaman perjalanan tentang fitur produk atau layanan yang memenuhi keinginan, harapan, dan wisatawan ingin berhubungan dengan perjalanan. Kepuasan dibuat dengan membandingkan ekspektasi pelanggan sebelumnya dan setelah dikonsumsi. Dalam konteks pariwisata, kepuasan terutama disebut sebagai fungsi pra-perjalanan harapan dan pengalaman pasca perjalanan”.

Menurut Andjarwati (2019) “Kepuasan pelanggan merupakan tingkat dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi melalui transaksi, serta dapat mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan berlanjut”.

2.8 Indikator Kepuasan Berkunjung

Menurut Ningsih (2021:16) kesesuaian dari harapan wisatawan akan membentuk suatu kepuasan. indikator kepuasan terdiri dari:

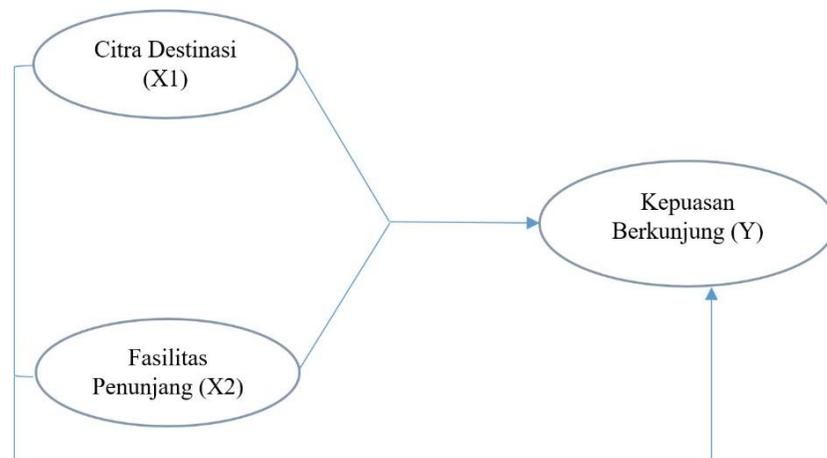
1. Kesesuaian Harapan Wisatawan
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh wisatawan , meliputi :
 - a. Produk , pelayanan , dan fasilitas yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan
 - b. Menikmati kunjungan
 - c. Menyukai tempat tujuan wisata
 - b. Minat Berkunjung Kembali
2. Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali ke tempat wisata tersebut , meliputi :
 - a. Berminat untuk berkunjung kembali di lain waktu berdasarkan keterikatan emosional dengan destinasi wisata .
 - b. Berminat untuk berkunjung kembali berdasarkan kebutuhan pengalaman.
 - c. Berminat untuk berkunjung kembali berdasarkan ketepatan dan kebijaksanaan dalam memilih destinasi wisata.
3. Kesediaan Merekomendasikan
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan wisata tersebut terhadap orang lain , meliputi:
 - a. Menyarankan teman atau kerabat untuk mengunjungi tempat wisata karena pelayanan yang memuaskan .
 - b. Menyarankan teman atau kerabat untuk mengunjungi tempat wisata karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
 - c. Menyarankan teman atau kerabat untuk mengunjungi tempat wisata karena nilai dan manfaat yang didapatkan dari mengunjungi tempat wisata tersebut.

2.9 Hubungan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Berkunjung

Berdasarkan beberapa teori diatas bahwa citra suatu destinasi yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan . Sehingga citra yang baik tersebut dapat menjadi informasi bagi wisatawan lainnya mengenai gambaran dalam perencanaan perjalanan ke suatu destinasi wisata. Selain itu, citra destinasi dan atribut kepuasan juga langsung mempengaruhi kepuasan secara keseluruhan.

2.10 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan bagian dari penelitian yang berisikan konsep dan menjadi landasan memperoleh perspektif ilmiah dalam perumusan hipotesis atau jawaban atas pertanyaan penelitian yang akan dilaporkan. Kerangka berpikir disusun berdasarkan landasan teori penelitian. Di bawah ini adalah kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

Keterangan:

- X1 : Citra Destinasi
- X2 : Fasilitas Penunjang
- Y : Kepuasan Berkunjung

2.11 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:70) “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Berdasarkan kerangka berpikir dalam penelitian ini peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

- i. H_1 : Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di Jakabaring Sport City Kota Palembang.
- ii. H_2 : Fasilitas Penunjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan berkunjung di Jakabaring Sport City Kota Palembang.
 1. H_3 : Citra Destinasi dan Fasilitas Penunjang berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan berkunjung di Jakabaring Sport City Kota Palembang.

2.12 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan adanya kesamaan judul penelitian lain dengan penelitian yang telah ditulis oleh penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa jurnal empiris terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Research Gap Jurnal
1	Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Allianz Ecopark Ancol.	Citra Destinasi(X1) Fasilitas (X2) Kepuasan Pelanggan (Y)	jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, multikolinearitas dan uji heterokedastisitas	1.Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Allianz Ecopark Ancol 2.Fasilitas berpengaruh signifikan	Persamaan : Variabel Bebas Citra Destinasi dan Fasilitas Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan Perbedaan :

	Lestari (2022)		, uji T, uji F, uji regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi	terhadap kepuasan pelanggan Allianz Ecopark Ancol 3.Citra destinasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	periode pengamatan penelitian 2022 Objek Penelitian : Allianz Ecopark Ancol
2	Pengaruh Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Agrowisata Bhumi Merapi, Yogyakarta. Grahota (2021)	Citra Destinasi (X1) Fasilitas Wisata (X2) Kepuasan Wisatawan (Y)	jenis penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif serta Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling dan jumlah sampel	hasil analisis Variabel Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan, hal tersebut dapat dilihat dari hasil F hitung sebesar 29.683. Pada koefisien Adjusted R2 sebesar 0.358 yang artinya 35,8% kepuasan wisatawan	Persamaan Variabel Bebas Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Variabel Terikat Kepuasan Wisatawan Perbedaan : Periode Pengamatan Penelitian 2021 Objek Penelitian : Agrowisata Bhumi Merapi, Yogyakarta

				dipengaruhi oleh variabel Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata, sedangkan sisanya 64,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dari kedua variabel tersebut, variabel yang paling dominan adalah variabel Citra Destinasi..	
3	Pengaruh Citra Destinasi , Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan) Lestari (2022)	Citra Destinasi (X1) Fasilitas Wisata (X2) Minat Berkunjung Ulang (Y)	Jenis Penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif dan penelitian data survei, Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 25	hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan, 2) citra destinasi	Persamaan : Variabel Bebas : Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Perbedaan : Variabel Terikat: Minat Berkunjung Ulang Periode Penelitian 2022 Objek Penelitian :

				secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan, 3) fasilitas wisata secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan.	Pantai Klayar Pacitan
4	Hubungan Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Dengan Kepuasan Pengunjung Di Obyek Wisata Guci Kabupaten Tegal . Ningsih (2017)	Citra Destinasi (X1) Fasilitas Wisata (X2) Kepuasan Pengunjung (Y)	Jenis Penelitian ini dengan pendekatan Kualitatif, teknik analisis data yang digunakan nalisis korelasi rank spearman, uji signifikansi koefisien rank spearman, analisis korelasi berganda, dan uji signifikan koefisien korelasi berganda.	Jenis Penelitian ini dengan pendekatan Kualitatif, teknik analisis data yang digunakan nalisis korelasi rank spearman, uji signifikansi koefisien rank spearman, analisis korelasi berganda, dan uji	Persamaan : variabel bebas Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Variabel Terikat: Kepuasan Pengunjung Perbedaan : Periode Penelitian 2017 Objek Wisata : Wisata Guci

				signifikan koefisien korelasi berganda.	Kabupaten Tegal
5	Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisata Parimas Waterpark Mojokerto Anam, (2020)	Citra Destinasi(X1) Fasilitas Wisata (X2) Kepuasan Pelanggan(Y)	menggunakan jenis penelitian kuantitatif serta menggunakan metode analisis regresi linear berganda, uji f, uji t serta analisis koefisien regresi.	Hasil pengujiannya menyatakan bahwa variabel citra destinasi, fasilitas wisata dan harga berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap variabel Y	Persamaan : Variabel Bebas :Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Variabel Terikat: kepuasan Pelanggan Perbedaan: Periode Penelitian 2020 Objek Wisata : Parimas Waterpark Mojokerto

Sumber: Studi Kepustakaan, 2023

