

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori-teori yang Menunjang Penulisan

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Istilah Pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta, yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Kata Pari berarti berkeliling atau bersama, banyak, berkali-kali. Wisata berarti pergi, berangkat, bepergian, tentram, tetap hati, setia, perjalanan. Menurut Oka A.Yoeti *dalam* Pramono (2012: 4) Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (businnes) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamayaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Organisasi pariwisata dunia, UNWTO mendefinisikan pariwisata sebagai aktivitas perjalanan dan tinggal seseorang di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dengan tidak untuk bekerja di tempat yang dikunjunginya tersebut. Menurut Hunziker dan Krapf *dalam* Suryadana dan Octavia (2015:30) pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara. Sedangkan menurut pendapat dari Spillane *dalam* Hariyana (2015:25) mengemukakan bahwa 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.

2.1.2 Pengertian Persepsi Masyarakat

Persepsi menurut Pride dan Ferrell *dalam* Fadila dan Lestari (2013:45), persepsi adalah sebagai proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman dan sentuhan untuk menghasilkan makna.

Persepsi adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan (Setiadi *dalam* Fentri 2017:4)

Ada beberapa syarat terjadinya persepsi menurut Walgito *dalam* Fentri (2017:4) yaitu, sebagai berikut :

- a. Ada objek yang harus dipersepsi
 - b. Ada alat indera atau reseptor (alat untuk menerima stimulasi)
 - c. Ada perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai persiapan dalam mengadakan persepsi
 - d. Persepsi sering kali dinamakan pendapat, sikap, penilaian.
- Persepsi diartikan sebagai “suatu proses yang didahului oleh penginderaan” yaitu merupakan proses yang berujung ke pusat susunan syaraf yaitu otak sehingga individu tersebut menyadari apa yang dilihat, apa yang didengar. Sebab itu proses penginderaan akan selalu terjadi pada waktu individu menerima stimulus.

2.1.3 Pengertian Objek dan Daya Tarik Wisata

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena mempunyai sumber daya tarik, baik alamiah maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah,

monument-monument, candi-candi, tari-tarian dan kebudayaan khas lainnya (Suryadana, 2015: 51).

Obyek Wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Menurut SK. MENPARPOSTEL No.: KM. 98 / PW.102 / MPPT-87, Obyek Wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Obyek wisata dapat berupa wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau berupa objek bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 4, menyebutkan bahwa daya tarik wisata adalah dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai-nilai yang berupa keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Daya tarik wisata menurut Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif *dalam* Suryadana (2015 : 52) dibagi menjadi tiga macam, yaitu :

a. Daya tarik wisata alam

Daya tarik wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi wisata alam dapat dibagi menjadi empat kawasan, yaitu:

1. Flora Fauna,
2. Keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya ekosistem pantaqi dan ekosistem hutan bakau,

3. Gejala alam, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun dan danau,
4. Budidaya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan.

b. Daya tarik wisata social budaya

Daya tarik wisata social budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan dan kerajinan.

c. Daya tarik wisata minat khusus

Daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Dengan demikian, biasanya para wisatawan harus memiliki keahlian. Contohnya : berburu, mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agowisata, dll.

Untuk menjadi daerah tujuan wisata agar dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan, hendaknya harus memenuhi 3 (tiga) syarat yaitu :

- a. Adanya *something to see*, yaitu kelebihan dari daerah yang ditawarkan untuk dinikmati dan dijual kepada wisatawan, seperti potensi alam serta atraksi-atraksi wisata yang ada.
- b. Adanya *something to buy*, yaitu di daerah tersebut harus ada fasilitas-fasilitas untuk berbelanja terutama barang-barang souvenir dan kerajinan-kerajinan tangan masyarakat sehingga dapat dijadikan sebagai cenderamata untuk di bawa pulang ke negaranya. Disamping tersedianya sarana-sarana pembantu untuk memperlancar kegiatan wisata seperti *Money Changer*, Bank, Kantor Pos dan Pelayanan Telepon.
- c. Adanya *something to do*, yaitu di daerah tersebut harus ada fasilitas rekreasi bagi wisatawan dalam melakukan kegiatan

mereka sehingga merasa betah dan tinggal lebih lama seperti fasilitas olah raga dan kerohanian. (Hariyana 2015).

Menurut Inskeep dalam Suryadana dan Octavia (2015:33) diberbagai literatur dimuat berbagai macam komponen wisata. Namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata dimana komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Komponen tersebut dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Atraksi dan Kegiatan-kegiatan Wisata Kegiatan-kegiatan wisata yang dimaksud dapat berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan daerah dan kegiatan lainnya yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata.
- b. Akomodasi Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan.
- c. Fasilitas dan Pelayanan Wisata 31 Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata di dalamnya termasuk tour and travel operations (pelayanan penyambutan) misalnya: restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko cinderamata, kantor informasi wisata, fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum, dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai)
- d. Fasilitas dan Pelayanan Transportasi Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara.

- e. Infrastruktur Lain Infrastruktur yang dimaksud adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, saluran air kotor, telekomunikasi.
- f. Elemen Kelembagaan Kelembagaan yang dimaksud adalah kelembagaan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata termasuk perencanaan tenaga kerja, program pendidikan dan pelatihan; menyusun strategi marketing dan program promosi; menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta; peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata; menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta; mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan.

2.1.4 Komponen Objek Wisata

Dalam kegiatan wisata, ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata, merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Menurut Suryadana dan Octavia (2015:47) komponen yang membentuk objek wisata ada empat yaitu:

- a. Daya tarik wisata (*Attraction*)

Seseorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/ daerah/negara karena tertarik oleh sesuatu. Sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara itu disebut daya tarik atau atraksi wisata. Obyek wisata yang paling bisa diandalkan adalah obyek wisata yang dapat dikunjungi setiap hari tanpa persiapan terlebih dahulu, misalnya laut, pantai, gunung

merapi, sungai, danau, kawasan lindung, pemandangan alam dan lain-lain. Obyek wisata semacam itu sebenarnya tersedia pada semua jenis obyek wisata (alam, budaya dan buatan). Pengembangan di bidang ini sangat penting agar obyek ini semakin berkembang, tetapi dalam pelaksanaannya harus memperhitungkan faktor-faktor geografis, potensi, karakteristik objek dan tingkat perkembangan. (Ibid dalam Hakim, 2017: 29)

Setiap destinasi pariwisata memiliki daya taraiik berbeda-beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki. Dibawah ini adalah jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan di destinasi pariwisata:

1. Daya tarik wisata alam (*natural tourist attractions*), segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, mislanya : laut, gunung, pantai, danau, lembah, bukit, air terjun, ngarai, sungai, hutan.
 2. Daya tarik wisata buatan manusia (*man-made tourist attractions*), meliputi: tarian, wayang, upacara adat, lagu, upacara ritual dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, misalnya : bangunan seni, seni pahat, ukir, lukis.
 3. Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan parjalanan wisata.
- b. Fasilitas dan pelayanan di destinasi wisata (*Amenities*)

Fasilitas untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan tersebut muncul dalam satu kesatuan yang saling terkait dan melengkapi satu sama lain, sehingga dalam suatu perjalanan wisata, seluruh komponen yang digunkana tidak

dapat dipisahkan tergantung pada karakteristik dan bentuk perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan.

Komponen fasilitas dan pelayanan perjalanan biasanya terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum dan fasilitas penunjang lainnya yang bersifat spesifik dan terlepas dari adanya komponen prasarana atau infrastruktur, yaitu suatu komponen yang menjamin bagi tersedianya kelengkapan fasilitas. Fasilitas transportasi baru dapat disediakan apabila ada jaminan bahwa prasarana jalan sudah tersedia, demikian juga fasilitas telekomunikasi dapat disediakan apabila prasarana jaringan penghubungan ke destinasi pariwisata tersebut sudah tersedia. (Suryadana dan Octavia, 2015: 47)

Menurut Ibid *dalam* Wiloko dan Hakim (2017 :31). Pelayanan pendukung dan fasilitas (facilitation) seperti tempat makan dan minum, tempat belanja, fasilitas olahraga, hiburan, akomodasi atau tempat inap atau hotel, WC umum, peta wisata, dan sebagainya. Salah satu hal penting untuk perkembangan pariwisata adalah kemudahan (facilitation). Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah maupun negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh. Demikian pula sebaliknya tidak kurang wisatawan batal berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara, karena merasa tidak mendapat kemudahan. Kemudahan yang dimaksud antara lain:

1. Mendapatkan informasi
2. Mengurus dokumen
3. Membawa barang atau uang, dan lain-lain.

c. Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata (*Accessibilities*)

Menurut Sunaryo dalam Wilopo dan Hakim (2017:59), aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai “segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait”.

Standar aksesibilitas yang harus ada pada suatu destinasi wisata Menurut UNWTO (2013), standar aksesibilitas yang harus ada pada suatu destinasi wisata yaitu *parking areas, signage, horizontal movement, vertical movement*, dan *public hygiene facilities*. *Parking areas* yang dimaksud di sini adalah area parkir khusus bagi kendaraan yang mengangkut wisatawan penyandang difabel di dalamnya. Lebar dari tempat parkir tersebut harus lebih luas (pada sisi pintu), supaya wisatawan penyandang difabel, khususnya pengguna kursi roda, dapat dengan leluasa naik dan turun dari kendaraan tersebut.

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

1. Infrastruktur
2. Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, marina.
3. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum.
4. Faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan.
5. Peraturan Pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

Menurut Pendit *dalam* Isnaini (2015:13) Yang dikatakan aksesibilitas adalah kemudahan bergerak dari suatu tempat ke tempat lain dalam suatu wilayah. Aksesibilitas dapat diukur melalui:

1. Waktu tempuh dari suatu tempat ke tempat lain
 2. Jarak tempuh dari suatu tempat ke tempat lain
- d. Keramahan yang ditawarkan (*Hospitality*)

Hospitality adalah sikap keramah-tamahan dalam artian merujuk pada hubungan antara *guest*/tamu dan tuan rumah atau penyedia jasa dan juga merujuk pada aktivitas dan kegiatan keramhtamahan yaitu: penerimaan tamu dan pelayanan untuk para tamu dengan kebebasan dan kenyamanan. *Hospitality* dapat didefinisikan kembali sebagai pengetahuan, sikap atau etika dan keterampilan dalam pelayanan, yang wajib diberikan oleh pelaku usaha jasa kepada penerima jasa atau konsumen yang mencerminkan pelayanan yang penuh kehangatan dan keramhtamahan sehingga pelanggan merasa nyaman dan puas, merasa dihargai sebagai jiwa manusia seutuhnya.

Hospitality juga dapat dimaknai sebagai objek/benda, sehingga *hospitality* berarti berbagai bentuk usaha jasa akomodasi, usaha jasa restoran *food and beverage*, atraksi wisata dan rekreasi, *healty and spa* serta bentuk-bentuk usaha jasa lain yang mengadopsi keramh-tamahan dalam pelayanan didalamnya, serta yang paling penting didalamnya masih terdapat kontak yang dominan dari manusia ke manusia (*people to people*), oleh pelaku usaha ke pelanggan. (Hermawan 2018: 9-11)

2.1.5 Pengertian Wisata Kuliner

Menurut Ardika *dalam* Isnaini (2014:22) wisata kuliner adalah suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan. Dengan kata lain bahwa wisata kuliner bukan semata-mata keinginan untuk mencicipi nikmatnya makanan, tetapi yang lebih penting adalah keunikan dan kenangan yang ditimbulkan

setelah menikmati makanan tersebut. Saat ini wisata kuliner adalah sebuah segmen industri pariwisata yang sedang berkembang dan seringkali dikaitkan dengan berbagai aktivitas budaya, kegiatan bersepeda (cycling), dan jalan santai (walking).

International Culinary Tourism Association (ICTA) menyatakan wisata kuliner bukan hal yang baru, berhubungan dengan agrowisata namun lebih terfokus pada bagaimana suatu makanan maupun minuman dapat menarik kedatangan wisatawan untuk menikmatinya. Wisata kuliner dapat memajukan pengalaman gastronomi yang khusus dan mengesankan. Jika ditengok ke belakang, wisata kuliner adalah suatu wadah yang penting untuk membantu perkembangan ekonomi dan pembangunan masyarakat dan dapat mengembangkan pemahaman antarbudaya. Wisata kuliner dapat ditemukan, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan.

Selanjutnya Wolf *dalam* Isnaini (2014: 23) memberikan beberapa contoh dari aktivitas yang memenuhi persyaratan sebagai objek dan daya tarik wisata kuliner, yaitu kelas memasak maupun semiloka dari suatu produk makanan, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan; ruang mencicipi anggur yang menarik, misalnya didalam sebuah gudang tua; sebuah restoran di pedesaan yang membuat makanan terbaik sehingga orang-orang kota rela mengemudi lebih dari tiga jam untuk mencapainya; dan bir yang begitu unik (orang-orang melakukan suatu kunjungan ke daerah pembuatan bir tersebut, setidaknya sekali dalam seumur hidup).

Menurut Chuang (2009: 20), wisata kuliner adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati makanan atau minuman. Wisata kuliner adalah perjalanan wisata yang berkaitan dengan hal masak memasak. Menurut Suryadana (2009), wisata kuliner adalah wisata yang menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktifitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi semua kebutuhan

wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksi, pendidikan dan kesehatan. Suryadana (2009) menyebutkan 12 point daya tarik wisata kuliner, yaitu:

1. Keragaman aktivitas kuliner
2. Makanan khas
3. Lokasi yang nyaman dan bersih
4. Desain rusangan (*venue*) yang unik dan menarik
5. Pelayanan yang baik
6. Pasar yang *competitive*
7. Harga dan proporsi nilai
8. Peluang bersosialisasi
9. Interaksi budaya dengan kuliner
10. Suasana kekeluargaan
11. Lingkungan yang menarik
12. Produk tradisional, nasional dan internasional

2.2 Penelitian Terdahulu

Guna menghindari adanya plagiarisme, beberapa hasil penelitian dan publikasi terdahulu yang dapat diidentifikasi pada Tabel 2.1, sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Variabel	Metode	Hasil
1	Persepsi Pengunjung Tentang Fasilitas Wisata Di Objek Wisata Lembah Harau Kabupaten Lims Puluh Kota	Sithy Fatimah	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas Wisata, dengan indikator: • Bentuk fasilitas • Fungsi fasilitas • Lokasi fasilitas • Mutu fasilitas 	Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif menggunakan skala likert dengan rumus penelitian rata-rata ideal (M_i), dan standar deviasi (S_{di})	Secara keseluruhan persepsi pengunjung tentang fasilitas wisata di objek tersebut tergolong pada kategori cukup baik. Sedangkan berdasarkan indikator bentuk fasilitas tergolong pada kurang baik, fungsi fasilitas

	(2014)				tergolong cukup baik, lokasi fasilitas tergolong cukup baik dan mutu fasilitas tergolong cukup baik.
2	Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Taman Purbakala Pugung Raharjo Kabupaten Lampung Timur Tahun 2015	Wayan Juana Riskawati	<ul style="list-style-type: none"> • Aksesibilitas • Daya Tarik • Fasilitas • Infrastruktur • Keamanan • Promosi dan Informasi 	Metode yang digunakan adalah metode survai dengan teknik analisis deskriptik menggunakan rumus interval dan diolah menggunakan rumus persentasi	Berdasarkan hasil analisis data mengenai persepsi wisatawan terhadap Objek Wisata Taman Purbakala Pugung Raharjo dapat disimpulkan bahwa sebagian besar wisatawan mempunyai persepsi kurang baik terhadap Objek Wisata Taman Purbakala Pugung Raharjo Kabupaten Lampung Timur Tahun 2015.
3	Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Wisata Kuliner di Kabupaten Bandung (2017)	I Wayan Mertha dan Novanti Murni Prasetyawati	<ul style="list-style-type: none"> • Harapan • Kenyataan <p><i>Tanggibel Reliability Responsivenss Assurance Emphaty</i></p>	Metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Teknik sample <i>accidental purposive</i> sampling dengan perhitungan <i>SerQual</i> disajikan dalam diagram kartesius	Hasil analisis data menunjukkan bahwa perbandingan antara tingkat harapan wisatawan dengan tingkat persepsi wisatawan terhadap kualitas pelayanan kafe-kafe di Kawasan kedondong menunjukkan bahwa wisatawan belum merasa puas terhadap produk dan pelayanan kafe disepanjang Pantai Kedondong. Nilai rata-rata sebesar 3,56 lebih kecil daripada rata-rata harapan sebesar 4,3 Hasil dari analisis menggunakan <i>importance</i>

					performance analysis pada diagram kartesius menunjukkan indikator yang memenuhi kepuasan wisatawan berada di kuadran B.
4	Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau Di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau (2017)	Devola Martania Fentri	<ul style="list-style-type: none"> • Aspek kognitif • Aspek afektif • Aspek konatif 	Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dengan Teknik pengukuran menggunakan skala likert	Penelitian berdasarkan segmentasi pasar didominasi oleh laki-laki dengan usia 23-30 tahun. Persepsi pengunjung terhadap daya tarik berdasarkan aspek kognitif skornya 841 yang berarti "setuju", aspek afektif skornya 749 yang berarti "kurang setuju", dan terakhir aspek kognatif skornya 1.144 yang berarti "sangat setuju". Sehingga secara keseluruhan 3 variabel dan 10 indikator kurang memenuhi keinginan penunjang.

Adapun yang menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat di lihat dari Tabel 2.2 dan Tabel 2.3 seperti berikut:

Tabel 2.2
Perbedaan Penelitian Terdahulu

Nama Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian
Sithy Fatimah (2014)	Persepsi Pengunjung Tentang Fasilitas Wisata Di Objek Wisata Lembah Harau Kabupaten Lims Puluh Kota	Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif menggunakan skala likert dengan rumus penelitian rata-rata ideal

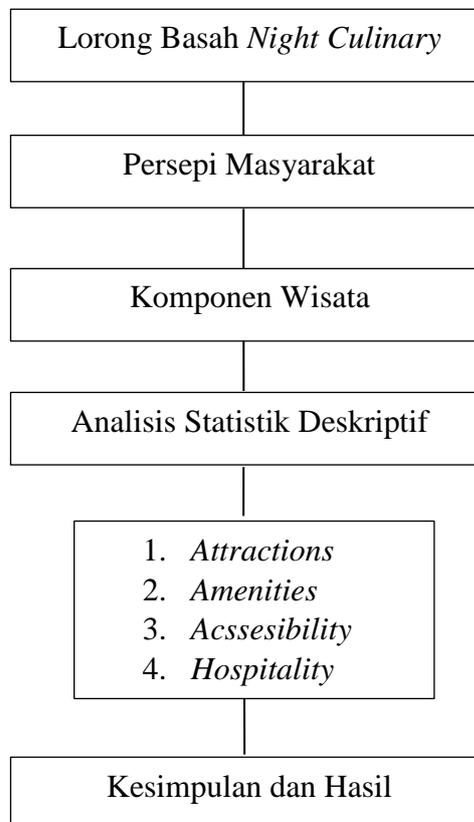
		(Mi), dan standar deviasi (Sdi)
Wayan Juana Riskawati (2015)	Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Taman Purbakala Pugung Raharjo Kabupaten Lampung Timur	Metode yang digunakan adalah metode survai dengan teknik analisi deskriptik menggunakan rumus interval dan diolah menggunakan rumus persentasi
I Wayan Mertha dan Novanti Murni Prasyawati (2017)	Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Wisata Kuliner di Kabupaten Bandung	Metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Teknik sample <i>accidental purposive</i> sampling dengan perhitungan <i>SerQual</i> disajikan dalam diagram kartesius
Devola Martania Fentri (2017)	Persepsi Pengunjung Tentang Fasilitas Wisata Di Objek Wisata Lembah Harau Kabupaten Lims Puluh Kota	Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dengan Teknik pengukuran menggunakan skala likert

Tabel 2.3
Penelitian Sekarang

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian
Desi Ismiralia (2018)	Persepsi Masyarakat Tentang Objek Wisata Lorong Basah <i>Night Culinary</i>	Peneliti menggunakan metode statistik deskriptif, dengan Teknik sampling incidental menggunakan Skala likert dengan perhitungan interpretasi skor

Jadi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan sekarang yaitu dilihat dari sisi metode penelitian antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Dan juga dari lokasi penelitian, maupun waktu penelitian.

2.3 Kerangka Berfikir



Sumber : Data Olahan Penulis, 2018