

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Tingkat Kepuasan**

Mowen dan Minor dalam Sumarwan (2004:321) mengartikan kepuasan sebagai “*consumer satisfaction is defined as the overall attitude consumers have toward a good or service after they acquired and used it. It is a postchoice evaluative judgement resulting from a specific purchase selection and the experience of using/consuming it*”.

Sedangkan menurut Engel dalam Jemadi dan Sugeng (2016:39) berpendapat bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan merupakan suatu fungsi yang bertingkat secara relative dari suatu harapan dan atau suatu penampakan hasil yang diterima. Seseorang akan memiliki pengalaman dalam satu atau beberapa jenis kepuasan, jika hasil yang diperoleh lebih dari yang diharapkan, maka orang tersebut akan mendapatkan kepuasan pada tingkat tinggi (sangat puas). Jika hasil yang diterima sama dengan yang yang diharapkan maka orang tersebut akan merasa puas, dan jika hasil yang diterima lebih kecil dari hasil yang diharapkan maka orang tersebut merasa tidak puas atau bahkan kecewa.

#### **2.1.2 Pengukuran Kepuasan**

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. Menurut Kotler dalam Prishanto (2012:18) mengemukakan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, informasi dan para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggannya.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*Ghost*

Shopper) untuk berpean atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Selain itu para ghost shopper juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap kelebihan yang ada baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dri pesaingnya.

### 3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur. Dengan aanya peningkatan customer lostrate maka menunjukkan adanya kegagalan dari pihak perusahaan untuk dapat memuaskan pelanggannya.

### 4. *Survey*

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei paa pelanggan oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh anggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar terhadap para pelanggannya.

Pengukuran kepuasan menurut Supranto dalam Jemadi dan Sugeng (2016:39) adalah “Sangat puas diberi nilai 5, memuaskan diberi nilai 4, kurang puas diberi nilai 3, tidak puas diberi nilai 2, dan sangat tidak puas diberi nilai 1”.

## 2.2 Definisi Pariwisata

Pengertian secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut Koen Meyers dalam Tarigan (2015:7) Pariwisata ialah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan-tujuan lainnya.

Menurut Sinaga (2010:12), Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata.

### 2.2.2 Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Host and Guest dalam Kusumanegara (2009:3) mengklasifikasikan jenis pariwisata sebagai berikut:

- a. Pariwisata Etnik (*Ethnic Tourism*), yaitu perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang menarik.
- b. Pariwisata Budaya (*Culture Tourism*), yaitu perjalanan untuk meresapi atau untuk mengalami gaya hidup yang telah hilang dari ingatan manusia.
- c. Pariwisata Rekreasi (*Recreation Tourism*), yaitu kegiatan pariwisata yang berkisar pada olahraga, menghilangkan ketegangan dan melakukan kontak social dengan suasana santai.
- d. Pariwisata Alam (*Eco Tourism*), yaitu perjalanan kesuatu tempat yang relatif masih asli atau belum tercemar, dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi, menikmati pemandangan, tumbuhan, dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.
- e. Pariwisata Kota (*City Tourism*), yaitu perjalanan dalam suatu kota untuk menikmati pemandangan, tumbuhan dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.
- f. *Rersort City*, yaitu kota atau perkampungan yang mempunyai tumpuan kehidupan pada persediaan sarana atau prasarana wisata yaitu penginapan, restoran, olahraga, hiburan dan persediaan tamasya lainnya.
- g. Pariwisata Agro (*Agro Tourism* yang terdiri dari *Rural Tourism* atau *Farm Tourism*) yaitu merupakan perjalanan untuk meresapi dan mempelajari kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan. Jenis wisata ini bertujuan mengajak wisatawan memikirkan alam dan kelestariannya.

### 2.2.3 Produk Wisata

Menurut Suwanto (2004:48) produk wisata ialah produk wisata merupakan suatu produk yang nyata, produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat social, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi

Menurut Gunawan dalam Aditio (2009:3) produk wisata atau yang dapat dikatakan sebagai tujuan wisata tidak dapat tercipta dengan sendirinya, melainkan merupakan perpaduan dari berbagai sektor. Dalam praktiknya, terdapat tiga komponen dasar pembentuk produk pariwisata dan

tujuan wisata, yaitu Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas (3A). berikut akan dijelaskan mengenai komponen-komponen tersebut.

- a. Daya Tarik (Atraksi) yang merupakan keunggulan yang dimiliki suatu daerah yang dapat digunakan untuk menjual daerah tersebut sehingga menarik wisatawan untuk datang dan melakukan kegiatan wisata.
- b. Amenitas yang merupakan kenyamanan yang didukung oleh berbagai kelengkapan sarana dan prasarana maupun fasilitas penunjang kegiatan pariwisata dapat berpengaruh terhadap kelangsungan kegiatan pariwisata di suatu daerah.
- c. Aksesibilitas yang merupakan jaringan dan sarana prasarana penghubung yang menghubungkan suatu kawasan wisata dengan wilayah lain yang merupakan pintu masuk bagi para wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata.

Middleton (2001:124) mengungkapkan ada tiga komponen utama dari produk wisata, diuraikan sebagai berikut.

a. 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 bentukan 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 keurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema.
3. Atraksi Wisata Budaya, meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni ,teater music, tari dan pertunjukkan lain, dan museum. Beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi even khusus, festival, dan karnaval.
4. Atraksi Wisata Sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.

b. 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.

c. Aksesibilitas

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.

### 2.3 Pengertian Wisatawan

Pitana dan Gayatri (2005: 43) menyatakan “batasan mengenai wisatawan juga sangat bervariasi, mulai dari umum sampai dengan yang sangat teknis spesifik”. *United Conference on Travel and Tourism* di Roma (1963) memberikan batasan yang lebih umum, tetapi menggunakan istilah *visitor* (pengunjung), yaitu setiap orang yang mengunjungi negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya, untuk berbagi tujuan, tetapi pekerjaan atau kehidupan dari negara yang dikunjungi. Pengunjung yang dimaksud meliputi dua kategori, yaitu

1. Wisatawan yaitu pengunjung yang datang ke suatu negara yang dikunjunginya tinggal selama 24 jam dan dengan tujuan untuk bersenang-senang, berlibur, kesehatan, belajar, keperluan agama dan olahraga, bisnis, keluarga, utusan dan pertemuan.
2. *Excursionist* yaitu pengunjung yang hanya tinggal sehari di negara yang dikunjunginya tanpa bermalam.

Burkart dan Medlik dalam Ross (1998), menyebutkan wisatawan memiliki empat ciri utama. Keempat ciri ini adalah :

1. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal berbagai tempat tujuan.
2. Tempat tujuan wisatawan berbeda dari tempat tinggal dan tempat kerjanya sehari-hari, karena itu kegiatan wisatawan tidak sama dengan kegiatan penduduk yang berdiam dan bekerja di tempat tujuan wisatawan.
3. Wisatawan bermaksud pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan karena itu perjalanannya bersifat sementara dan berjangka pendek.
4. Wisatawan melakukan perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal untuk menetap di tempat tujuan atau bekerja untuk mencari nafkah.

Smith (1998), wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam lima bagian yaitu:

1. *Domestik Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu negara yang mempunyai tempat di dalam negara yang bersangkutan.
2. *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang – orang yang bukan penduduk di suatu negara
3. *Outbound tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain.
4. *Internal tourism* adalah merupakan kombinasi antara domestik dan *outbound tourism*.
5. *International tourism* adalah merupakan kombinasi *inbound* dan *outbound tourism*. Wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi wisatawan internasional (mancanegara) adalah yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya, dan wisatawan didalam negerinya.

### 2.3.1 Wisatawan Nusantara

Menurut Harry Waluyo (2016) definisi wisatawan nusantara adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan dalam wilayah teritorial Indonesia secara sukarela kurang dari 6 bulan dan bukan untuk tujuan bersekolah atau berkerja (memperoleh upah atau gaji), serta sifat perjalanannya bukan rutin dengan kriteria:

1. Mereka yang melakukan perjalanan ke obyek wisata komersial, dan/atau
2. Menginap di akomodasi komersial, dan/atau
3. Jarak perjalanan pulang dan pergi lebih dari 100 kilometer.

## 2.4 Pengertian Museum

Museum mengumpulkan dan merawat benda-benda ilmu pengetahuan alam, benda-benda seni, dan benda-benda yang memiliki sejarah penting agar tampak bernilai dan untuk dipamerkan kepada masyarakat umum melalui pameran permanen dan temporer.

Menurut Association of Museum (1998) definisi tentang museum adalah Museum membolehkan orang untuk melakukan penelitian untuk inspirasi, pembelajaran, dan kesenangan. Museum adalah badan yang mengumpulkan, menyelamatkan dan meneriam artefak dan specimen dari orang yang dipercaya oleh badan museum.

Kongres majelis umum ICOM (International Council of Museum) sebuah organisasi internasional dibawah UNESCO, menetapkan definisi museum sebagai berikut:

Museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan dalam melayani masyarakat, terbuka untuk umum, memperoleh, mengawetkan, mengkomunikasikan dan memamerkan barang-barang pembuktian manusia dan lingkungan untuk tujuan pendidikan, pengkajian dan hiburan.

### 2.4.1 Klasifikasi Museum

Museum tempat yang menyimpan banyak sumber pengetahuan. Setiap museum memiliki isi yang berbeda dengan museum lain. Isi dalam museum tersebut bergantung pada jenis museum itu sendiri. Untuk lebih mudah dibedakan, museum diklasifikasikan menjadi beberapa jenis berdasarkan beberapa hal. Klasifikasi dari jenis museum menurut buku Ayo Kita Mengetahui Museum (2009:48) adalah sebagai berikut:

#### a. Museum Nasional

Museum Nasional merupakan museum yang mempunyai tingkatan koleksi sesuai dengan kelas nasional atau dalam taraf nasional. Umumnya berisi berbagai benda yang berasal dari berbagai daerah disuatu Negara.

#### b. Museum Regional

Museum regional merupakan museum yang memiliki tingkatan koleksi terbatas dan hanya dalam lingkup daerah regional.

Umumnya koleksinya berasal dari daerah regional tempat museum tersebut berdiri.

c. Museum Lokal

Museum lokal merupakan museum yang memiliki tingkatan koleksi dalam taraf daerah saja. Benda yang dikoleksi dalam museum tersebut hanya terbatas pada warisan dan budaya yang terdapat pada daerah itu saja.

Pengklasifikasian museum menurut ICOM (*International Council of Museum*) museum terbagi menjadi 6 jenis. Adapun jenis museum tersebut yaitu:

a. *Art Museum*

*Art museum* atau museum seni merupakan museum yang mengelola, menyimpan dan mengumpulkan benda yang berkaitan dengan kesenian.

b. *Arkeologi and History Museum*

*Arkeologi and History Museum* merupakan museum didalamnya terdapat benda arkeologi dan benda bersejarah yang menyimpan tentang sejarah manusia beserta peradabannya.

c. *National Museum*

*National Museum* atau museum nasional umumnya menyimpan benda yang berasal dari berbagai wilayah dari Negara tempat museum itu berdiri.

d. *Natural History Museum*

*Natural History Museum* merupakan museum ilmu alam yang didalamnya terdapat hal-hal yang berkaitan dengan peradaban ilmu pengetahuan alam.

e. *Science and Technology Museum*

*Science and Technology Museum* adalah museum yang isinya berkaitan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

f. *Specialized museum*

*Specialized museum* atau museum khusus ini umumnya dikhususkan untuk satu benda khusus tertentu yang mungkin berbeda dari kelima jenis museum sebelumnya.

## 2.4.2 Tugas dan Fungsi Museum

Berdasarkan rumusan Internasional Council of Museums (dalam Barus, 2011:15) fungsi dasar dari sebuah Museum sebenarnya adalah untuk mengkoleksi dan memelihara obyek-obyek dan spesimen-spesimen serta memamerkannya secara teratur kepada khalayak ramai. Museum juga memberikan program inovasi dan pameran-pameran yang merupakan sumbangan khas kepada kehidupan suatu budaya komunitas. Maka lebih lanjut museum dapat berfungsi sebagai katalis yang memperkenalkan kepada orang-orang tentang ide-ide dan bidang minat baru serta



memberikan semangat bagi mereka untuk mencari ilmu lebih mendalam melalui penelitian dan kunjungan berulang-ulang. Bahkan pameran tidak semata-mata hanya menyediakan kesempatan bagi para pengunjung museum untuk sekedar menikmati koleksi saja, akan tetapi pengunjung juga diharapkan mampu untuk berpikir, mengagumi, memeriksa dan menyelidiki koleksi yang ada di Pameran tersebut.

Secara umum, tugas museum meliputi pengoleksian, penyimpanan, pendokumentasian, pengidentifikasian dan memamerkan.

ada beberapa hal yang diutamakan dalam museum antara lain:

1. Dokumentasi dan penelitian.
2. Mengumpulkan dan menjaga warisan alam dan budaya.
3. Preservasi dan Konservasi.
4. Pemerataan dan penyebaran ilmu kepada masyarakat.
5. Memperkenalkan dan menghayati kesenian.
6. Memperkenalkan kebudayaan antar daerah dan antar bangsa.
7. Visualisasi warisan alam dan budaya.
8. Media untuk menyatakan syukur bagi Tuhan pemilik hidup kita.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pemikiran dan acuan dalam pembuatan skripsi ini. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang akan mengarahkan penelitian ini. Beberapa diantaranya yang telah diteliti dapat dilihat dalam Tabel :

**Tabel 5.1**

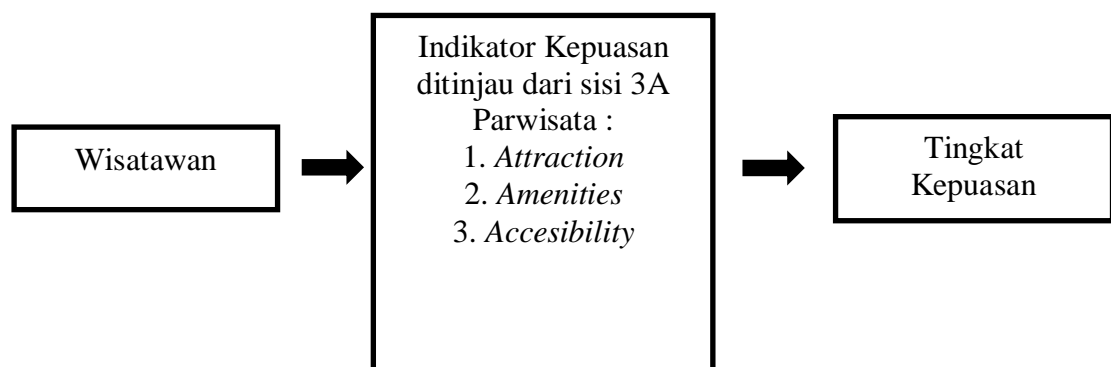
### Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Aris Baharudin, Maya Kasmita dan Rudi Salam. (2016)	Analisis kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata malioboro kota yogyakarta.	Indikator kepuasan wisatawan (Independen) Kepuasan Wisatawan (Dependen)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata malioboro telah memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung. Hal tersebut dilihat dari

				6 indikator seperti: pemandangan, akses, keamanan dan kenyamanan, fasilitas, infrastruktur dan pelayanan. Dari keenam indikator tersebut, menunjukkan dalam kategori baik.
2.	Liantika Rindani (2016)	Kepuasan Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Pantai Air Manis Padang	Faktor-faktor Kepuasan Wisawatawan (Independen) Kepuasan Wisawatawan (Dependen)	Secara keseluruhan kepuasan wisatawan tentang daya tarik wisata Pantai Air Manis Padang tergolong pada kategori cukup puas.
3.	Wahyu Lestari (2011)	Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Produk Wisata Di Kawasan Wisata Candi Borobudur Pasca Erupsi Merapi 2010.	Tingkat Kinerja Produk Wisata dan Tingkat Kepentingan Kualitas Produk Wisata (Independen) Kepuasan Wisatawan (Dependen)	Bedasarkan hasil penelitian pada kepuasan wisatawan candi borobudur, kualitas produk wisata yang ada belum memenuhi harapan wisatawan.
4.	Dedy Kaligis	Pengukuran	Tingkat Kinerja	Hasil dari penelitian

	(2014)	Tingkat Kepuasan Pengunjung Di Obek Wisata Puncak Temboan Desa Rurukan Satu Kota Tomohon	Produk Wisata dan Tingkat Kepentingan Kualitas Produk Wisata (Independen) Kepuasan Wisatawan (Dependen)	ini menunjukkan tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan berada pada kategori puas.
--	--------	---	---	---

## 2.6 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

*Sumber:* Hasil Olahan Penulis, 2018

Kerangka pemikiran pada gambar 2.1 tersebut, menggambarkan alur pemikiran dari penulis pada penelitian tingkat kepuasan wisatawan yang ditinjau dari Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Pariwisata. Awal pemikiran penulis adalah wisatawan adalah elemen penting dalam perkembangan pariwisata, semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke sebuah destinasi menandakan bahwa destinasi tersebut memiliki kualitas yang baik sehingga dapat terus menarik perhatian wisatawan dan para wisatawan berniat untuk berkunjung kembali.