

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Persepsi

Menurut Boyd, Walker dan Larreche dalam Fadila dan Lestari (2013:45), persepsi adalah proses dengan apa seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasi informasi.

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

Sedangkan menurut Kotler dalam Fentri (2017), persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang bermakna tentang dunia.

Jadi dapat disimpulkan dari pengertian persepsi diatas bahwa persepsi merupakan proses dalam memakai sesuatu yang diterima melalui kelima indra supaya setiap individu dapat memilih, mengatur dan menerjemahkan suatu informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.

2.1.1. Pengertian Persepsi Pengunjung

Menurut Fentri (2017) Persepsi pengunjung adalah penilaian atau pandangan pengunjung terhadap sesuatu. Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapat persepsi positif. Persepsi dalam dunia pariwisata merupakan pendapat atau cara pandang pengunjung maupun wisatawan dalam memahami suatu destinasi wisata. Dalam industri pariwisata setiap wisatawan memiliki kepribadian masing-masing sehingga melihat fenomena yang ada mereka memiliki persepsi masing-masing.

Sedangkan menurut Warpani dalam Fentri (2017) Persepsi wisatawan merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan suatu destinasi pariwisata. Mengenai apa yang diminati, diinginkan, dan diharapkan oleh pengunjung ke suatu destinasi menjadi amat penting artinya dalam kaitan dengan pemasaran objek wisata.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi pengunjung adalah suatu bentuk penilaian dari wisatawan yang penting untuk mengembangkan suatu destinasi wisata.

2.1.2. Syarat Terjadinya Persepsi

Menurut Sunaryo dalam Khusna (2016) syarat-syarat terjadinya persepsi adalah adanya objek yang dipersepsi, adanya perhatian, adanya alat indera, dan adanya saraf sensoris. Sementara menurut Kanuk ada empat syarat terjadinya sebuah persepsi yaitu:

1. Penerimaan pesan atau informasi dari luar.
2. Memberikan kode pada informasi yang di indera.
3. Menginterpretasikan informasi yang telah diberikan kode tersebut.
4. Menyimpulkan arti dalam ingatan.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa syarat-syarat terjadinya persepsi adalah adanya objek fisik (objek dapat dirasakan, dicium, diraba, didengar sehingga menimbulkan stimulus), syarat fisiologis (adanya alat indera, saraf sensorik dan otak), dan syarat psikologis (adanya perhatian dari individu sehingga dapat menyadari apa yang diterima).

2.1.3. Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Thoha dalam Khusna (2016), ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang yaitu:

1. Faktor internal: Perasaan, sikap, dan kepribadian individu, prasangka, keinginan, atau harapan, perhatian (*focus*), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi
2. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar.

Sedangkan menurut Notoatmodjo (2015: 56), ada banyak faktor yang akan menyebabkan stimulus masuk dalam rentang perhatian seseorang. Faktor tersebut dibagi menjadi dua bagian besar yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal adalah faktor yang melekat pada objeknya, sedangkan faktor internal adalah faktor yang terdapat pada orang yang mempersepsikan stimulus tersebut.

1. Faktor Eksternal

a) Kontras

Cara termudah dalam menarik perhatian adalah dengan membuat kontras baik warna, ukuran, bentuk atau gerakan.

b) Perubahan Intensitas

Suara yang berubah dari pelan menjadi keras, atau cahaya yang berubah dengan intensitas tinggi akan menarik perhatian seseorang.

c) Pengulangan (*Repetition*)

Dengan pengulangan, walaupun pada mulanya stimulus tersebut tidak termasuk dalam rentang perhatian kita, maka akan mendapat perhatian kita.

d) Sesuatu Yang Baru (*Novelty*)

Suatu stimulus yang baru akan lebih menarik perhatian kita daripada sesuatu yang telah kita ketahui.

e) Sesuatu Yang Menjadi Perhatian Orang Banyak

Suatu stimulus yang menjadi perhatian orang banyak akan menarik perhatian seseorang.

2. Faktor Internal

a) Pengalaman atau Pengetahuan

Pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki seseorang merupakan faktor yang sangat berperan dalam menginterpretasikan stimulus yang kita peroleh. Pengalaman masa lalu atau apa yang telah dipelajari akan menyebabkan terjadinya perbedaan interpretasi.

b) Minat

Keinginan terhadap sesuatu.

c) Harapan (*Expectation*)

Harapan terhadap sesuatu akan mempengaruhi persepsi terhadap stimulus.

d) Kebutuhan

Kebutuhan akan menyebabkan seseorang menginterpretasikan stimulus secara berbeda.

e) Motivasi

Motivasi akan mempengaruhi persepsi seseorang. Seseorang yang termotivasi untuk menjaga kesehatannya akan menginterpretasikan rokok sebagai sesuatu yang negatif.

f) Emosi

Emosi seseorang akan mempengaruhi persepsinya terhadap stimulus yang ada. Misalnya seseorang yang sedang jatuh cinta akan mempersepsikan semuanya serba indah.

g) Budaya

Seseorang dengan latar belakang budaya yang sama akan menginterpretasikan orang-orang dalam kelompoknya secara berbeda, namun akan mempersepsikan orang-orang di luar kelompoknya sebagai sama saja.

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi itu ada dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi perasaan, emosi, pengetahuan dan sebagainya. Sedangkan faktor eksternal meliputi latar belakang keluarga, sesuatu yang baru, pengulangan, dsb.

2.1.4. Aspek – Aspek Persepsi

Menurut Bimo Walgito dalam Fentri (2017) adapun aspek-aspek persepsi sebagai berikut:

1. Aspek kognitif
Komponen ini tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang objek. Berkaitan dengan pikiran seseorang apa yang ada dalam pikiran konsumen. Kognitif bersifat rasional, masuk akal.
2. Aspek afektif
Komponen afektif berhubungan dengan rasa senang dan rasa tidak senang, jadi sifatnya *evaluative* yang berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya. Berkaitan dengan perasaan, bersifat emosional. Wujudnya bisa berupa perasaan senang, sedih, ceria, dan gembira.
3. Aspek konatif
Merupakan kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan objek sikapnya. Berkaitan dengan tindakan. Wujudnya adalah tindakan seseorang.

Dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek persepsi terdiri dari aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Aspek kognitif berkaitan dengan pengetahuan tentang objek, sedangkan aspek afektif berkaitan dengan perasaan dan emosi, selain itu aspek konatif berkaitan dengan tindakan dan sikap seseorang.

2.2. Pengertian Pariwisata

Menurut *World Tourism Organization* (WTO) dalam Arjana (2015:6), pariwisata adalah kegiatan orang-orang melakukan perjalanan ke dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungan biasanya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut untuk memanfaatkan waktu senggang, urusan bisnis dan tujuan lainnya.

Menurut Yoeti dalam Anindita (2015), Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah dunia.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah kegiatan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok dari suatu tempat ketempat lain dengan tujuan untuk berwisata, liburan dan bersenang-senang atau mendapat kesenangan

2.2.1. Jenis- jenis Objek Wisata

Menurut Arjana (2015:98) jenis-jenis pariwisata berdasarkan objek wisata adalah sebagai berikut:

1. Pariwisata budaya (*cultural tourism*), merupakan jenis pariwisata yang menonjolkan atraksi-atraksi budaya yang unik dan menarik telah menjadi ikon pariwisata suatu daerah.
2. Pariwisata kesehatan (*reccuperational tourism*), seperti mandi susu di Eropa, mandi kopi di Jepang, mandi air panas di beberapa tempat Indonesia.
3. Pariwisata perdagangan (*commercial tourism*), jenis ini berkembang seiring terbukanya era perdagangan bebas (*free trade area*) yang ditandai dengan makin banyaknya *event* menyangkut promosi dan pertemuan-pertemuan seperti kegiatan perdagangan sehingga menimbulkan kegiatan pariwisata yang dinamis.
4. Pariwisata olahraga (*sport tourism*), jenis pariwisata yang satu ini mampu menyedot pengunjung event olahraga tertentu seperti *olympiade*, pesta olahraga regional, *SEA Games*, kejuaraan dunia sepak bola tentu yang paling akbar, disamping itu ada kejuaraan tinju profesional, kejuaraan tenis, bulu tangkis dan sebagainya.
5. Pariwisata politik (*political tourism*), seperti parade tanggal 1 Mei di Beijng memperingati hari butuh dan Parade tanggal 1 Oktober di Rusia memperingati Revolusi Bolsjevic.
6. Pariwisata spiritual/keagamaan (*pilgrim tourism*), seperti perjalanan nak haji ke Mekkah bagi umat Islam, mengunjungi Betlehem atau Israel bagi umat Kristen dan berkunjung mandi-mandi di Sungai Gangga, India bagi umat Hindu dan wisatawan mancanegara mengunjungi Borobudur bagi umat Budha. Di

Laratunka Flores Timur setiap perayaan paskah yang dikenal sebagai Jumat Agung sejak beberapa tahun terakhir telah menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke daerah ini. Pariwisata ini terkait dengan perjalanan yang bertujuan untuk melakukan peribadatan atau pemujaan terhadap Tuhan sebagai acara keagamaan.

7. Pariwisata alam (*Natural tourism*), adalah obyek wisata yang menyuguhkan atraksi asli dari alam atau lingkungan pulau, pegunungan, laut, pantai, kekayaan fauna dan kekayaan flora.

Dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis pariwisata berdasarkan objeknya yaitu pariwisata budaya, pariwisata kesehatan, pariwisata perdagangan, pariwisata olahraga, pariwisata politik, pariwisata spiritual/keagamaan, dan pariwisata alam.

2.2.2. Pengertian Wisatawan

Menurut Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

Sedangkan menurut Sihite dalam Fentri (2017) pengertian wisatawan dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Wisatawan nusantara, adalah wisatawan dalam negeri atau wisatawan domestik.
2. Wisatawan mancanegara, adalah warga negara suatu negara yang mengadakan perjalanan wisata keluar lingkungan dari negaranya (memasuki negara lain).

Menurut Pitana dan Diarta (2009), wisatawan nusantara adalah seorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya. Misalnya warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan ke Bali atau ke Danau Toba. Wisatawan ini disingkat wisnus.

Dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk kegiatan wisata baik melakukan perjalanan dalam negeri maupun perjalanan keluar negeri.

2.2.3. Tinjauan Komponen 4A Kepariwisata

Daya Tarik Wisata Menurut Cooper dkk dalam Setiawan (2015) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu: *attraction*, *accessibility*, *amenity* dan *ancilliary service*.

1. *Attraction* (Atraksi)

Merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Apa yang dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan. Untuk menemukan potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu: 1) *Natural Resources* (alami), 2) Atraksi wisata budaya, dan 3) Atraksi buatan manusia itu sendiri. Modal kepariwisataan itu dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata ditempat dimana modal tersebut ditemukan. Ada modal kepariwisataan yang dapat dikembangkan sehingga dapat menahan wisatawan selama berhari-hari dan dapat berkali-kali dinikmati, atau bahkan pada kesempatan lain wisatawan bisa berkunjung ketempat yang sama. Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW).

2. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Accessibility merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Di sisi lain 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 tidak akan ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi.

3. *Amenity* (Amenitas)

Amenity atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, transportasi dan agen perjalanan. Dengan menggunakan prasarana yang cocok dibangunlah sarana-sarana pariwisata seperti hotel, atraksi wisata, marina, gedung pertunjukan, dan sebagainya. Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk pembangunan sarana-sarana pariwisata ialah

jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telepon, dan lain-lain. Mengingat hubungan antar sarana dan prasarana, sudah jelas bahwa pembangunan prasarana pada umumnya harus mendahului sarana. Ada saatnya prasarana dibangun bersama-sama dalam rangka pembangunan sarana wisata. Suatu tempat atau daerah dapat berkembang sebagai daerah tujuan wisata apabila aksesibilitasnya baik. Ada hubungan timbal balik antara sarana dan prasarana. Prasarana merupakan syarat untuk sarana, dan sebaliknya sarana dapat menyebabkan perbaikan prasarana.

4. *Ancillary Service* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemda dari 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, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata. *Ancillary* juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *tourist information*, *travel agent* dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa komponen yang perlu dimiliki oleh objek wisata dikenal dengan 4A yakni *attraction* atau atraksi, *accessibility* atau aksesibilitas, *amenity* atau amenitas, dan *ancillary service* atau amenitas.

2.2.4. Pengertian Taman Wisata Alam

Menurut Syabana (2015) taman wisata alam adalah hutan wisata yang memiliki kekayaan alam, baik keindahan nabati, keindahan hewani, maupun keindahan alamnya sendiri mempunyai corak khas untuk dimanfaatkan bagi kepentingan rekreasi dan kebudayaan.

Menurut Arief dalam Fentri (2017) taman wisata alam adalah suatu kawasan pelestarian alam yang digunakan sebagai objek pariwisata dan rekreasi alam yang memanfaatkan berbagai potensi sumber daya alam dan ekosistemnya, baik itu bentuk alami ataupun perpaduan hasil buatan manusia.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2011 menyatakan bahwa yang dimaksud dengan taman wisata alam adalah kawasan pelestarian alam yang dimanfaatkan terutama untuk kepentingan alam dan masyarakat lokal.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa taman wisata alam adalah kawasan hutan konservasi yang bisa dimanfaatkan untuk kegiatan pariwisata dan rekreasi. Kegiatan pariwisata yang dilaksanakan di hutan wisata alam tidak boleh bertentangan dengan prinsip konservasi dan perlindungan alam. Karena pada hakikatnya taman wisata alam masuk dalam kawasan pelestarian alam.

2.2.5. Kriteria dan Fungsi Taman Wisata Alam

Suatu tempat untuk menjadi sebuah taman wisata alam harus memenuhi beberapa kriteria. Adapun kriteria suatu tempat ditunjuk dan ditetapkan sebagai kawasan taman wisata alam menurut Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2011 adalah sebagai berikut:

1. Mempunyai daya tarik alam berupa tumbuhan, satwa atau ekosistem gejala alam serta formasi geologi yang menarik.
2. Mempunyai luas yang cukup untuk menjamin kelestarian potensi dan daya tarik untuk dimanfaatkan bagi pariwisata dan rekreasi alam.
3. Kondisi lingkungan di sekitarnya mendukung upaya pengembangan pariwisata alam.

Taman wisata alam ada karena memiliki manfaat dan fungsi bagi manusia. Fungsi taman wisata antara lain meliputi:

1. Pariwisata alam dan rekreasi yang berkaitan dengan pemanfaatan potensi alam sebagai sarana rekreasi. Pemanfaatan ini antara lain: tempat beristirahat untuk melepas penat setelah bekerja, tempat pemancingan, renang, wisata kuliner, permainan outbond, dan lain sebagainya.
2. Penelitian dan pengembangan (kegiatan pendidikan dapat berupa karya wisata, widya wisata, dan pemanfaatan hasil-hasil penelitian serta peragaan dokumentasi tentang potensi kawasan wisata alam tersebut).

3. Pendidikan. Upaya pemanfaatan taman wisata alam sebagai sarana pendidikan tidak hanya dengan adanya kebun botani, taman baca, dan praktek langsung, akan tetapi juga melalui permainan yang bersifat mendidik.
4. Kegiatan penunjang budaya. Kegiatan penunjang budaya setempat sehingga juga sebagai upaya untuk melestarikan budaya setempat dengan adanya open stage.

Sedangkan kegiatan atau tindakan dalam wisata alam yang harus dihindari karena dapat merusak ekosistem yang ada di taman wisata alam antara lain:

1. Berburu, menebang pohon, mengangkut kayu dan satwa atau bagian-bagiannya di dalam dan ke luar kawasan, serta memusnahkan sumber daya alam di dalam kawasan
2. Melakukan kegiatan usaha yang menimbulkan pencemaran kawasan
3. Melakukan kegiatan usaha yang tidak sesuai dengan rencana pengelolaan dan atau rencana pengusahaan yang telah mendapat persetujuan dari pejabat yang berwenang.

2.3. Penelitian Terdahulu

Pada pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi studi literatur juga dilakukan untuk mempelajari dan memperoleh informasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan judul skripsi yaitu tentang persepsi pengunjung terhadap objek wisata. Berikut tabel penelitian terdahulu yang terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Penulis	Metode Penelitian	Hasil
1.	Persepsi Pengunjung Tentang Fasilitas Wisata Di Objek Wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota	Sithy Fatimah (2014)	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Fatimah didapatkan bahwa persepsi pengunjung tentang fasilitas wisata di objek wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota secara keseluruhan cukup baik. Tetapi ada variabel yang mendapatkan kategori kurang baik dari pengunjung yaitu bentuk fasilitas dengan nilai rata-rata sebesar 49,46. penilaian yang kurang baik tersebut diakibatkan oleh bentuk fasilitas yang tersedia pada objek wisata Lembah Harau belum memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan ekspektasi pengunjung yang datang ke Lembah Harau.
2.	Motivasi dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata	Said Keliwar dan Anton Nurcahyo (2015)	Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei dengan metode deskriptif kuantitatif	Faktor-faktor yang memotivasi pengunjung ke Obyek Wisata Desa Budaya Pampang adalah karena keunikan daya tarik, keunikan cinderamata, keramahan penduduk Desa Pampang, keamanan dan kenyamanan, meskipun demikian kondisi fasilitas penunjang, fasilitas pariwisata, sarana jalan, transportasi serta kebersihan merupakan faktor-faktor

				<p>yang masih kurang mendapat perhatian dari pemerintah maupun pengelola.</p> <p>Sedangkan persepsi pengunjung terhadap Desa Budaya Pampang dari 12 variabel diketahui bahwa pengunjung merasa sangat puas dengan variabel keunikan daya tarik Desa Pampang, keunikan cinderamata dan penataan toko cinderamata, kenyamanan dan keamanan mereka menyatakan puas sedangkan sarana transportasi umum, sarana jalan, fasilitas dan kebersihan pengunjung menyatakan kurang puas.</p>
3.	<p>Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau Di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau</p>	<p>Devola Martania Fentri (2017)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik Deskriptif</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara keseluruhan dari 3 variabel dan 10 indikator dalam persepsi pengunjung terhadap daya tarik TWA Hutan Rimbo Tujuh Danau di Desa Buluh Cina dapat dikatakan dengan kriteria kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pengunjung mengenai aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif secara keseluruhan kurang memenuhi keinginan pengunjung.</p>

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

2.4. Variabel dan Indikator

Untuk menentukan persepsi pengunjung dan komponen 4a kepariwisataan di Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang dapat diukur menggunakan variabel dan indikator pada tabel berikut:

Tabel 2.2
Variabel dan Indikator

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir
Persepsi	• Aspek Kognitif	1. Pandangan	1
		2. Pengetahuan	2
		3. Pemahaman	3
	• Aspek Afektif	1. Emosi	4
		2. Perasaan	5
		3. Penilaian	6
	• Aspek Konatif	1. Motivasi	7
		2. Tindakan	8
		3. Alasan	9
		4. Keinginan	10
Variabel	Dimensi	Indikator	Butir
Komponen 4A Kepariwisataan	• <i>Attraction</i> (Atraksi)	1. Kondisi lingkungan	11
		2. Keberadaan satwa	12
		3. Aktivitas rekreasi	13
		4. Harga tiket	14
		5. Wahana permainan	15
		6. Panorama objek wisata	16
	• <i>Accesibility</i> (Aksesibilitas)	1. Jarak menuju lokasi	17
		2. Hambatan lalu lintas	18
		3. Keberadaan transportasi Umum	19
		4. Jaringan Seluler	20
	• <i>Amenity</i> (Amenitas)	1. Lahan parkir	21
		2. Petugas keamanan	22
		3. Pusat informasi umum	23
		4. Toilet	24
		5. Tempat sampah	25
		6. Gazebo	25
		7. Tempat ibadah	27
		8. Warung makan	28
	• <i>Ancillary Service</i> (Pelayanan Tambahan)	1. ATM	29
2. SPBU		30	
3. Rumah sakit		31	
3. Penginapan		32	

Sumber: Olahan Peneliti 2018, adaptasi dari Fentri (2017:8), Astuti dan Noor (2016).