

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas layanan yang disediakan baik oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Menurut Gusti dalam Fatraya (2019:9) menyatakan bahwa syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan pariwisata apabila:

1. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, diluar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal
2. Tujuan perjalanan semata-mata untuk bersenang-senang dan tidak mencari nafkah ditempat atau negara yang dikunjungi
3. Semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi

2.1.1 Bentuk - Bentuk Pariwisata

Menurut Suwanto dalam Hidayanti dan Masyhudi (2020:131), Selain dipandang dari jenisnya, pariwisata dapat pula dilihat dari kriteria lain yaitu bentuk-bentuk perjalanan wisata yang dilakukan lamanya perjalanan, dan pengaruhnya terhadap ekonomi akibat adanya perjalanan wisata. Bentuk-bentuk pariwisata ini antara lain:

1. Wisata dari segi jumlahnya, dibedakan atas:
 - a. *Individual Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sepasang suami-istri. *Family Group Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh keluarga atau yang masih mempunyai hubungan saudara.
 - b. *Group Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh sedikitnya 10 orang dan dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan para anggotanya.

2. Wisata dari segi pengaturannya, dibedakan atas:
 - a. *Pre-arranged Tour*, suatu perjalanan wisata yang telah diatur jauh hari sebelumnya, biasanya diatur oleh suatu lembaga yang mengurus perjalanan wisata yang bekerja sama dengan semua instansi yang terkait.
 - b. *Packaged Tour*, suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh biro perjalanan wisata yang menyediakan paket-paket wisata guna memberikan kemudahan dalam melakukan perjalanan wisata.
 - c. *Coach Tour*, suatu paket perjalanan wisata yang dipimpin oleh pemandu wisata, dilakukan secara rutin dan mempunyai waktu dan rute perjalanan yang telah ditetapkan.
 - d. *Special Arranged Tour*, suatu perjalanan wisata yang disusun sesuai keinginan pelanggannya.
 - e. *Optional Tour*, suatu perjalanan wisata tambahan yang dilakukan diluar perjanjian dan disesuaikan dengan permintaan pelanggan.
3. Wisata dari segi maksud dan tujuan dibedakan atas:
 - a. *Holiday Tour*, suatu perjalanan wisata yang dilakukan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur dan bersenang-senang.
 - b. *Familiarization Tour*, suatu perjalanan anjungsana yang bertujuan untuk lebih mengenal bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.
 - c. *Educational Tour*, suatu perjalanan wisata yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya. Jenis wisata ini disebut *study tour*.
 - d. *Scientific Tour* (wisata pengetahuan) yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan.
Pilgrimage Tour (wisata keagamaan) yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan.

- e. *Special Mission Tour* (wisata program khusus) yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus.
 - f. *Hunting Tour* (wisata perburuan) yaitu kunjungan wisata untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan sebagai hiburan.
4. Wisata dari segi penyelenggaraanya, dibedakan atas:
- a. *Excursion* yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek.
 - b. *Safari Tour* yaitu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus yang tujuan maupun objeknya bukan merupakan objek kunjungan wisata pada umumnya.
 - c. *Cruise Tour* yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek wisata bahari dan objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar.
 - d. *Youth Tour* (wisata remaja) yaitu kunjungan wisata yang khusus diperuntukkan bagi para remaja menurut umur yang ditetapkan.
 - e. *Marine Tour* (wisata bahari) yaitu suatu kunjungan ke objek wisata khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, *wreck diving*.

2.2 Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan lebih dari 24 jam ke tempat lain (di luar tempat tinggalnya), untuk tujuan selain mencari nafkah, mereka menghabiskan sebagian besar waktu dan uangnya untuk membeli pengalaman rekreasi, ini menjadi faktor utama dalam mempengaruhi keputusan orang, apakah akan mengunjungi objek wisata, melihat atraksi, menginap di hotel yang ditawarkan atau tidak. Menurut Undang-Undang No.10 tahun 2009, pasal 25 menyatakan bahwa setiap wisatawan berkewajiban sebagai berikut:

1. Menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya dan nilai yang hidup dalam masyarakat setempat.
2. Memelihara dan melestarikan lingkungan
3. Turut serta menjaga ketertiban dan keamanan lingkungan
4. Turut serta mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum.

Kemudian menurut Undang-Undang No.10 tahun 2009, pasal 20 menyatakan bahwa hal-hal yang berhak diperoleh oleh wisatawan adalah:

1. Informasi yang akurat mengenai daya tarik wisata
2. Pelayanan kepariwisataan sesuai dengan standar
3. Perlindungan hukum dan keamanan
4. Pelayanan kesehatan
5. Perlindungan hak pribadi
6. Perlindungan asuransi untuk kegiatan pariwisata yang beresiko tinggi

2.2.1 Jenis - Jenis Wisatawan

Menurut Cohen (1972) dalam Liga dan Vanny (2015:165) menyatakan bahwa ada beberapa jenis dan macam wisatawan yaitu:

1. Gelandangan yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya dan bepergian dalam jumlah kecil.
2. Penjelajah, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum. Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.
3. Turis masal individu yaitu wisatawan yang menyerahkan pengetahuan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.
4. Turis masal yang terorganisir, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan

fasilitas seperti yang dapat ditemuinya ditempat tinggalnya, dengan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata.

2.3 Pengertian Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan salah satu unsur yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata agar dapat dikatakan layak untuk dikunjungi. Hal-hal yang dimiliki oleh daya tarik wisata mencakup suatu unsur yang utama dalam menarik wisatawan untuk datang dan menikmati unsur tersebut. Daya tarik wisata sendiri mempunyai berbagai penjelasan definisi yaitu seperti di jelaskan oleh beberapa ahli berikut:

Menurut Warpani dalam Juwita (2016:23) daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu, misalnya: lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah, peristiwa tertentu. Sedangkan Suswanto dalam Juwita (2016:23) mengatakan bahwa “daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata”. Menurut I Gede Pitana dan I Ketut dalam Listianingrum (2019:15) menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan sektor yang terfokus pada penyediaan daya tarik atau atraksi wisata bagi wisatawan. Lokasi utamanya terutama pada daerah tertentu pada daerah tujuan wisata tetapi dalam beberapa kasus juga terletak pada daerah transit. Misalnya, taman budaya, tempat dan daya tarik wisata alam, peninggalan budaya, dan sebagainya.

Berdasarkan pengertian para ahli, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang dapat mendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata untuk menikmati keunikan yang berada didalamnya yang dapat berupa taman budaya, tempat dan daya tarik wisata alam, peninggalan budaya, dan sebagainya.

2.3.1 Jenis - Jenis Daya Tarik Wisata

Menurut Sunaryo (2013: 25-27) daya tarik wisata seringkali dikalsifikasikan berdasarkan pada jenis dan temanya, yaitu biasanya dibagi menjadi tiga jenis:

1. Daya Tarik Wisata Alam

yaitu daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada anugrah keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam, seperti: pantai dengan keindahan pasir putihnya, deburan gelombang ombak serta akses pandangnya terhadap matahari terbit atau tenggelam, laut dengan aneka kekayaan terumbu karang maupun ikannya, danau dengan keindahan panoramanya, gunung dengan daya tarik vilkaniknya, maupun hutan dan sabana dengan keaslian floranya.

2. Daya tarik wisata budaya

yaitu daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya maupun nilai budaya yang masih hidup dalam kehidupan dimasyarakat.

3. Daya tarik wisata minat khusus

yaitu daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik.

2.3.2 Elemen - Elemen Daya Tarik Wisata

Menurut Utama (2017:141) elemen di dalam suatu daya tarik wisata secara luas meliputi :

1. Objek wisata alam, meliputi bentang alam, pantai, gunung, danau, fauna, flora, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam.
2. Objek wisata budaya, meliputi upacara kelahiran, tari-tari tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara laut, upacara turun kesawah, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun tradisional, tekstil local,

pertunjukan tradisional, festival budaya, kain tenun tradisional, tekstil lokal, pertunjukan tradisional, adat-istiadat lokal, museum, dan lainnya.

3. Objek wisata buatan, meliputi sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layang-layang), hiburan (lawak, akrobatik), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

2.3.3 Faktor - Faktor Daya Tarik Wisata

Menurut Utama (2017:143) faktor-faktor yang menjadi daya tarik wisata mengidentifikasikan terdapat 10 faktor penarik suatu daerah daya tarik wisata, yaitu:

1. Iklim suatu daerah
2. Gencarnya usaha promosi
3. Produk barang maupun jasa pada suatu daerah
4. Even-even khusus
5. Insentif potongan harga dan sejenisnya
6. Ajakan teman
7. Mengunjungi kerabat dan teman
8. Daya tarik wisata
9. Budaya
10. Lingkungan alamiah maupun buatan manusia

2.3.4 Syarat - Syarat Daya Tarik Wisata

Menurut Utama (2017:144) terdapat syarat-syarat yang mesti dapat dipenuhi untuk menjadi daya tarik wisata pada tujuan wisata, yaitu:

1. Daya tarik yang dapat disaksikan (*What to see*)

hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata, atau suatu daerah mestinya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

2. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*What to do*)

Hal ini meisyaratkan bahwa di tempat wisata, meyakini sesuatu yang menarik, wisatawan juga mesti disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata.

3. Sesuatu yang dapat dibeli (*What to buy*)

Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata semestinya menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

4. Alat transportasi (*What to arrived*)

Hal ini mesti mampu dijelaskan bahwa untuk dapat mengunjungi daerah daya tarik tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama wisatawan tiba ke tempat tujuan wisata yang akan dituju.

5. Peminapan (*Where to stay*)

Hal ini menunjukkan bagaimana wisatawan akan dapat tinggal untuk sementara selama mereka berlibur. Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang berkunjung, daerah tujuan wisata perlu mempersiapkan peminapan, seperti hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sejenisnya.

2.3.5 Komponen Pariwisata

Daya tarik wisata menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009 menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Cooper dalam Purwanto dan Sadjati (2019:47) menyatakan pada daerah tujuan wisata harus mempunyai empat komponen yaitu *attraction* (atraksi), *amenities* (amenitas),

accessibilitas (aksesibilitas), dan *ancillary* (pendukung pariwisata) berikut penjelasannya :

1. *Attraction* (atraksi)

Menurut Suwena dan Widyatmaja dalam Setyanto dan Pangestuti (2019:160) atraksi wisata merupakan komponen yang sangat krusial dalam halnya menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata, atraksi wisata merupakan modal atau sumber daya pariwisata (*Tourism Resource*).

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 :

- a. *Natural resources* (alami)
- b. Atraksi wisata budaya
- c. Atraksi buatan manusia itu sendiri

2. *Amenities* (amenitas)

Menurut Sugiama dalam Setyanto dan Pangestuti (2019:160) menjelaskan *amenity* atau amenitas ialah segala fasilitas pendukung yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan kegiatan wisata di suatu destinasi wisata kebutuhan tersebut antara lain sarana akomodasi, penyedia makanan dan minuman, tempat hiburan dan tempat perbelanjaan.

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, 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.

3. *Accessibilitas* (aksesibilitas)

Menurut Hadiwijoyo dalam Setyanto dan Pangestuti (2019:160) Aksesibilitas adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk menuju kedaerah tujuan wisata, tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan mencapai tujuan wisata tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda petunjuk arah menuju lokasi wisata dan lainnya.

Accesibility 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 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.

4. *Ancillary* (pendukung pariwisata)

Menurut Sugiama dalam Setyanto dan Pangestuti (2019:160) menerangkan bahwa *Ancillary* atau fasilitas pendukung adalah mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata. Organisasi yang terkait dalam hal ini antara lain pihak pemerintah (misal dinas pariwisata), asosiasi kepariwisataan (misal asosiasi pengusaha perhotelan), biro perjalanan wisata (pemandu wisata). Sedangkan Menurut Suwena dan Widyatmaja dalam Setyanto dan Pangestuti (2019:164) menyatakan bahwa *Ancillary* merupakan pelayanan tambahan atau sering disebut juga pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah pada suatu daerah tujuan wisata.

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.

2.4 Keputusan Berkunjung

Menurut Tjiptono (2016:56) menyatakan bahwa model perilaku Komponen Jasa memiliki 5 unsur yaitu, identifikasi kebutuhan atau pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian atau perilaku pasca pengunjung. Berikut komponen pengambilan keputusan yaitu:

Gambar 2.1
Lima Langkah dalam Pengambilan Keputusan



Sumber: Tjiptono (2016:56)

Berdasarkan kelima langkah tersebut dapat dijelaskan bahwa: pada awalnya konsumen mempersepsikan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan, kemudian konsumen mencari informasi dari sumber internak maupun dari suber eksternal yang berkaitan dengan keputusan, lalu konsumen mengevaluasi pilihan dan menyempurnakan pilihan menjadi alternatif yang dipilih yang dilanjutkan dengan, tahapan ke empat konsumen memperoleh alternatif yang dipilih dan pada akhirnya konsumen melakukan evaluasi, seberapa jauh setelah digunakan, pilihan alternatif emenuhi kebutuhan dan harapan, sehingga menimbulkan kepuasan, ketidakpuasan atau pertentangan.

2.4.1 Lima Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan

Menurut Tjiptono (2016:57) menyatakan bahwa untuk mengetahui keputusan wisatawan, proses keputusan wisatawan terdiri dari lima tahap yaitu identifikasi kebutuhan atau pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan konsumsi atau keputusan berkunjung dan evaluasi purnabeli atau perilaku pasca pengunjung.

1. Pengenalan Kebutuhan

Menurut Liga dan Vanny (2015:80) menyatakan bahwa proses berkunjung dimulai saat calon wisatawan mengenali sebuah masalah atau kebutuhan dalam proses pengenalan kebutuhan calon wisatawan mempersepsikan, perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan untuk berwisata. Timbulnya

kebutuhan berwisata itu dapat dipicu oleh rangsangan internal, misalnya penat akan rutinitas bekerja, yang akan timbul dan menjadi dorongan untuk memenuhi dorongan tersebut. Segera setelah calon wisatawan tergerak oleh suatu stimulus untuk berwisata, maka kemungkinan mereka akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi.

2. Pencarian Informasi

Menurut Liga dan Vanny (2015:80) menyatakan bahwa pencarian informasi merupakan tahap proses keputusan berkunjung dimana calon wisatawan ingin mencari informasi lebih banyak mengenai suatu destinasi wisata. Minat utama pemasar berfokus pada sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan wisatawan dan pengaruh relatif tiap sumber tersebut kepada keputusan berkunjung. Pencarian informasi yang dilakukan calon wisatawan dimulai ketika mereka memandang bahwa kebutuhan berwisata tersebut bisa dipenuhi dengan berkunjung ke tempat yang mereka inginkan. Mereka akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (*internal*) dan mencari informasi berdasarkan informasi yang mereka dapatkan dari luar (*eksternal*) seperti teman, masyarakat dan komunitas, dalam pencarian internal, informasi yang dicari meliputi berbagai pilihan objek daerah tujuan wisata yang dianggap bisa memecahkan masalahnya atau memenuhi kebutuhannya.

3. *Evaluasi Alternatif*

Menurut Liga dan Vanny (2015:80) tahap proses keputusan berkunjung dimana calon wisatawan menggunakan informasi untuk mengevaluasi alternatif dalam sekelompok pilihan. Tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang digunakan oleh semua wisatawan atau oleh satu wisatawan, dalam semua situasi kunjungan. Bagaimana cara calon wisatawan mengevaluasi alternatif bergantung pada pribadinya sendiri dan situasi kunjungan tertentu.

Pemasar harus mempelajari cara mereka untuk menemukan bagaimana sebenarnya mereka dalam mengevaluasi pilihan mereka. Jika merek tahu proses evaluasi apa yang berlangsung, pemasar dapat mengambil langkah untuk mempengaruhi keputusan berkunjung.

4. Keputusan Berkunjung

Menurut Liga dan Vanny (2015:82) menyatakan bahwa keputusan berkunjung merupakan calon wisatawan membentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan. Berdasarkan pemilihan atau evaluasi yang merek telah lakukan, kemudian akan terbentuk niat untuk mengunjungi daerah tujuan wisata yang mereka sukai. Tetapi ada dua faktor terhadap di antara niat berkunjung dan keputusan berkunjung wisatawan.

5. Perilaku Pasca Berkunjung

Menurut Liga dan Vanny (2015:82) menyatakan bahwa perilaku pasca berkunjung merupakan tahapan proses keputusan berkunjung dimana wisatawan mengalami tindakan selanjutnya atau pengalaman setelah kunjungan dilakukan berdasarkan kepuasan dan ketidakpuasan wisatawan. Jika kunjungan tidak memenuhi ekspektasi, wisatawan kecewa, jika kunjungan memenuhi ekspektasi, wisatawan puas, dan jika kunjungan melebihi ekspektasi, wisatawan sangat puas dan jika kunjungan wisatawan membentuk sikap apakah mereka berniat akan berkunjung kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain atau tidak.

2.4.2 Faktor - faktor Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan

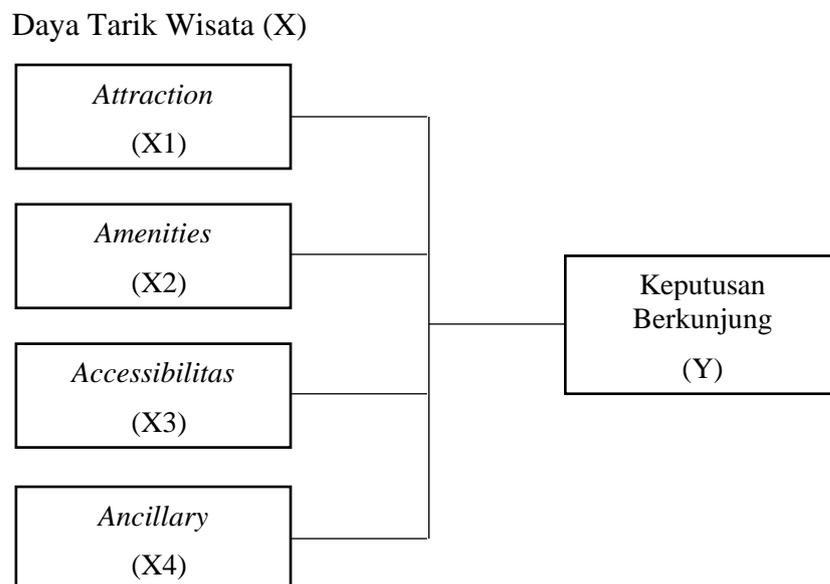
Ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan menurut Pitana dan Gayatri dalam Listianingrum (2019:13), antara lain sebagai berikut:

1. Karakteristik wisatawan, baik karakteristik sosial, ekonomi (umur, pendidikan, pendapatan, dan pengalaman sebelumnya), maupun karakteristik perilaku (seperti motivasi, sikap, dan nilai yang dianut).

2. Kesadaran akan manfaat perjalanan, pengetahuan terhadap destinasi yang akan dikunjungi, citra destinasi.
3. Gambaran perjalanan, yang meliputi jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, kendala waktu dan biaya, bayangan akan resiko ketidakpastian, dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata.
4. Keunggulan daerah tujuan wisata, yang meliputi jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan social, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat local terhadap wisatawan.

2.5 Kerangka Berfikir

Berikut merupakan bagan kerangka berfikir penelitian sebagaimana dipaparkan pada Gambar 2.2:



Gambar 2.2
Kerangka Berfikir

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan bagan kerangka berfikir Gambar 2.2 dapat dijelaskan bahwa variabel independen (bebas) adalah daya tarik wisata sendiri akan dihubungkan oleh variabel dependen (terikat) atau variabel Y yaitu pengambilan keputusan.

Daya tarik wisata diturunkan menjadi 4 (empat) komponen yang dijadikan penilaian terhadap daya tarik wisata yang ada di Taman Bunga D'Syandana 88 Kabupaten Rejang Lebong. Adanya komponen-komponen tersebut peneliti dapat menganalisa hubungan antara satu variabel dependen tunggal dengan beberapa variabel-variabel independen dan seberapa besar pengaruh wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung pada Taman Bunga D'Syandana 88 Kabupaten Rejang Lebong. Jika *Attraction, Amenities, Accessibilitas*, dan *Ancillary* baik, maka keputusan wisatawan banyak.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori dalam mengkaji penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitian Terdahulu	Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Research Gap Jurnal
1.	Anna Apriana Hidayanti dan Lalu Masyhudi	2020	Pengaruh <i>E-wom</i> , Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur	<i>Electronic Word Of Mouth</i> , Daya Tarik, Lokasi dan Minat Berkunjung Wisatawan	Analisis Regresi Berganda	Persamaan : Menggunakan metode analisis yang sama Perbedaan : Menggunakan variabel yang berbeda

Lanjutan Tabel 2.1

No.	Nama Penelitian Terdahulu	Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Research Gap Jurnal
2.	Erni Junaida	2019	Pengaruh Daya Tarik Wisata dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Wisata Berkunjung ke Taman Hutan Kota di Kota Langsa	Daya Tarik , <i>Word Of Mouth</i> dan Keputusan Berkunjung	Analisis Regresi Berganda	Persamaan : Menggunakan variabel terikat yang sama Perbedaan : Objek wisata dan jumlah responden berbeda
3.	Gabriele Lailatul Muharromah dan Moch. Khoirul Anwar	2020	Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makan KH. Abdurrahman Wahid	Atraksi Wisata, Amenitas, Aksesibilitas dan Keputusan berkunjung	Analisis Regresi Berganda	Persamaan : Menggunakan metode analisis dan variabel yang sama Perbedaan : Objek wisata yang berbeda
4.	Helln Angga Devy dan R.B Soemanto	2017	Pengembangan Obyek dan Daya tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar	Obyek, Daya tarik dan Daerah Tujuan Wisata	Metode Penelitian Kualitatif	Persamaan : Teknik pengambilan sampel yang sama Perbedaan : Motode analisis yang berbeda
5.	Ilham Setyanto dan Edriana Pangestuti	2019	Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung	Komponen Destinasi (4A) dan Kepuasan Pengunjung	Analisis Linier Sederhana	Persamaan : Variabel bebas yang sama Perbedaan : Variabel terikat dan metode analisis data berbeda

Lanjutan Tabel 2.1

No.	Nama Penelitian Terdahulu	Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Research Gap Jurnal
6.	Intan Juwita dan Oda I. B. Hariyanto	2016	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara	Daya Tarik Wisata dan Keputusan Berkunjung	Analisis Regresi Sederhana	Persamaan : Menggunakan jumlah responden dan variabel terikat yang sama Perbedaan : Metode analisis yang berbeda
7.	Mokhammad Syaefudin Andrianto dan Anis Daifatin Masrurroh	2020	Pengaruh Bauran Promosi dan Destinasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Taman Nasional Baluran	4A, Bauran Promosi, Destinasi Wisata dan Keputusan Berkunjung	Analisis Deskriptif	Persamaan : Variabel bebas yang sama Perbedaan : Metode analisis dan objek yang berbeda
8.	Natasha Dessy Putri Ramadhani, Rini, dan Heri Setiawan	2021	Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam	3A (Amenitas, Aksesibilitas, Atraksi) dan Keputusan Berkunjung	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan : Metode analisis dan jumlah responden yang sama Perbedaan : Objek wisata yang berbeda
9.	Nurul Retno Hapsari, Nawazirul Lubis dan Widiartanto	2014	Pengaruh Atribut Produk Wisata dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang	Atribut Produk Wisata, <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-Wom) dan Keputusan Berkunjung	Analisis Regresi Berganda	Persamaan : Variabel terikat yang sama Perbedaan : Variabel bebas dan objek wisata yang berbeda

Lanjutan Tabel 2.1

No.	Nama Penelitian Terdahulu	Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Research Gap Jurnal
10.	Rofina Fitria Malisti, Paring Wahyudi dan Sri Hastari	2019	Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyubiru	Atribut Produk Wisata dan Keputusan Berkunjung	Analisis Regresi Berganda	Persamaan : Metode analisis data teknik pengambilan sampel yang sama Perbedaan : Jumlah responden yang berbeda

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan penelitian terdahulu pada Tabel 2.1 diatas terdapat persamaan variabel bebas dengan penelitian ini yaitu, *Attraction*, *Amenities*, *Accessibilitas*, dan *Ancillary*. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, yaitu pada penelitian terdahulu objeknya berada di Pantai Gemah Tulungagung sedangkan pada penelitian ini objeknya berada di Taman Bunga D'Syandana 88 Kabupaten Rejang Lebong. Serta terdapat perbedaan pada analisis data, penelitian terdahulu menggunakan metode analisis data regresi linier sederhana sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Kemudian perbedaan lainnya terletak pada variabel terikat yang digunakan. Pada penelitian ini teori keputusan berkunjung yang digunakan berdasarkan buku Liga dan Vanny (2015) yang berjudul Pemasaran Pariwisata sedangkan pada penelitian Ilham Setyanto dan Edriana Pangestuti (2019) menggunakan teori kepuasan berkunjung.