

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka pada penelitian ini terdiri dari sub bab motivasi wisatawan, komponen pengembangan pariwisata, minat berkunjung, penelitian terdahulu, serta sintesa teori.

#### 2.1 Motivasi Wisatawan

Menurut Esichaikul, R., (2012) "*Motivation is a state of need or a condition that drives an individual toward certain types of action that are seen as likely to bring satisfaction*". Motivasi adalah situasi yang mendorong individu terhadap suatu tindakan yang mungkin untuk membawa kepuasan. Keputusan yang diambil untuk melakukan perjalanan wisata menuju daerah tujuan wisata tertentu dipengaruhi oleh faktor pendorong atau faktor internal dan faktor penarik atau faktor eksternal. Faktor pendorong atau internal adalah faktor yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata yang datang dari pribadi wisatawan dalam pemenuhan kebutuhannya untuk memanfaatkan waktu berliburnya. Sedangkan faktor penarik atau eksternal merupakan faktor yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung kesuatu destinasi wisata yang berasal dari keadaan atau daya tarik tempat tujuan kunjungannya (Abdillah, 2017).

Menurut Alghamdi (2007) faktor-faktor pendorong yang memotivasi wisatawan untuk berwisata terdiri dari:

##### A. *Escape motives*

Motif seseorang untuk melarikan diri dari rutinitas untuk keluar dari rutinitas sehari-hari dan stres dari area umum tempat tinggal mereka, lingkungan sekitar rumah dan tempat mereka bekerja.

##### B. *Relaxation*

Motif seseorang untuk menyegarkan diri secara mental dan fisik dari tekanan sehari-hari.

C. *Prestige*

Motif seseorang secara sosial-psikologi sebagai wisatawan untuk memiliki status tinggi dimata orang lain, untuk mendapatkan rasa hormat orang lain, untuk mempengaruhi orang lain, atau memenuhi impian seseorang untuk mengunjungi sebuah tempat.

D. *Family and friend togetherness*

Motif seseorang melakukan perjalanan wisata untuk berinteraksi dengan keluarga dan teman sehingga meningkatkan hubungan keluargaan.

E. *Knowledge*

Motif seseorang melakukan perjalanan wisata untuk meningkatkan pengetahuan dan mendapatkan pengalaman baru.

F. *Sport motivations*

Motif seseorang melakukan perjalanan wisata yang membawa seseorang untuk melakukan kegiatan fisik, untuk menonton kegiatan fisik, atau untuk mengunjungi atraksi yang terkait dengan kegiatan fisik.

G. *Adventure*

Motif seseorang untuk mendapatkan pengalaman menarik yang beresiko yang tidak diketahui atau bahkan berbahaya sebagai kegiatan rekreasi terutama diluar ruangan sehingga mendapatkan pengalaman baru, menikmati lingkungan unik, atau uji keterampilan mereka.

H. *Enjoying natural resources*

Motif seseorang melakukan perjalanan wisata untuk menikmati sumber daya alam yang ada dengan melihat pemandangan yang ada.

Sedangkan faktor penarik yang memotivasi wisatawan untuk berwisata menurut Alghamdi (2007) adalah sebagai berikut:

A. *Historical*

Terdapatnya bangunan dan tempat bersejarah yang menarik perhatian wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat wisata tersebut.

B. *Natural environment and weather attraction*

Faktor lingkungan dan cuaca yang alami pada tempat wisata yang menarik dijadikan tujuan liburan bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.

C. *Expenditure and low travel cost factor*

Total pengeluaran yang rendah dalam pembiayaan perjalanan wisata menjadi faktor penarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat tersebut.

D. *Sport and outdoor activities*

Adanya olahraga dan aktivitas ruangan pada tempat wisata yang menarik perhatian wisatawan untuk melakukan perjalanan ke tempat wisata agar dapat berpartisipasi dalam aktivitas tersebut.

Menurut Zeng (2015) menyatakan terdapat lima faktor yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke daerah tujuan wisata, yaitu:

- A. *Natural and historic attraction*
- B. *People*
- C. *Recreation facilities*
- D. *Food*
- E. *Marketed image of the destination*

Menurut Pitana, dkk (2005), menjelaskan faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata antara lain sebagai berikut :

- A. *Escape*. Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
- B. *Relaxation*. Keinginan untuk penyegaran yang juga berhubungan dengan motivasi untuk escape.
- C. *Play*. Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan serius.
- D. *Strengthening family bonds*. Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks VFR (*Visiting Friends and Relation*). Keakraban hubungan kekerabatan ini juga terjadi di antara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersamasama, karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari.
- E. *Prestige*. Untuk menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat sosial.



- F. *Social interaction*. Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
- G. *Romance*. Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis.
- H. *Educational opportunity*. Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain dan atau daerah lain atau mengetahui kebudayaan etnis lain.
- I. *Self fulfillment*. Keinginan untuk menemukan diri sendiri, karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.
- J. *Wish-fulfillment*. Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama di cita-citakan sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat, agar bisa melakukan perjalanan.

Menurut Azman (2019) faktor pendorong motivasi wisatawan melakukan perjalanan wisata adalah berikut:

- A. Melepaskan diri dari rutinitas (*Escape*), adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata untuk melepaskan diri dari rutinitas.
- B. Relaksasi (*Relaxation*), adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata untuk relaksasi.
- C. Bermain (*Play*), adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata untuk bermain.
- D. Memperkuat ikatan keluarga (*Strengthening family bonds*), adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata untuk memperkuat ikatan keluarga.
- E. Gengsi (*Prestige*), adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata untuk meningkatkan gengsi.
- F. Interaksi social (*Social interaction*), adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata untuk berinteraksi dengan orang lain.

G. *Percintaan (Romance)*, adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata dengan alasan percintaan.

H. *Kesempatan pendidikan (Educational opportunity)*, adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata sebagai kesempatan pendidikan.

I. *Pemenuhan diri (Self-fulfilment)*, adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata untuk pemenuhan diri.

J. *Pemenuhan keinginan (Wish-fulfilment)*, adanya faktor pendorong mengakibatkan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata untuk pemenuhan keinginan.

Untuk faktor penarik motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata menurut Azman (2019) adalah sebagai berikut:

A. *Price*, harga atau biaya wisata ke daerah tempat wisata yang menyebabkan seseorang memilih daerah tempat wisata tersebut.

B. *Culture*, adanya kebudayaan di daerah tujuan wisata yang menyebabkan seseorang memilih daerah tempat wisata tersebut.

C. *Natural Environment and Weather Attraction*, faktor lingkungan dan cuaca yang masih alami di daerah tujuan wisata yang menyebabkan seseorang memilih daerah tempat wisata tersebut.

D. *Location*, faktor lokasi sebuah daerah tujuan wisata yang menyebabkan seseorang memilih daerah tempat wisata tersebut.

E. *Facilities*, ketersediaan fasilitas di daerah tujuan wisata yang menyebabkan seseorang memilih daerah tempat wisata tersebut.

F. *Entertainment and Relaxation*, ketersediaan hiburan dan relaksasi di daerah tujuan wisata yang menyebabkan seseorang memilih daerah tempat wisata tersebut.

G. *Safety*, tingkat keamanan pada daerah tujuan wisata yang menyebabkan seseorang memilih daerah tempat wisata tersebut.

Berdasarkan motivasi wisatawan yang telah dipaparkan oleh beberapa ahli diatas, maka didapatkan hasil sintesa sebagai berikut:

Tabel 2.1 Diskusi Teori motivasi wisatawan berkunjung\*)

Faktor	Variabel	Sumber
Pendorong	<i>Escape</i>	Alghamdi (2007), Pitana, dkk (2005), Azman (2019)
	<i>Relaxation</i>	
	Memperkuat ikatan keluarga	
	<i>Prestige</i>	
	<i>Educational</i>	
	<i>Play</i>	
	Interaksi sosial	
	<i>Romance</i>	
	Pemenuhan diri	
	Pemenuhan keinginan	
Penarik	Histori	Alghamdi (2007), Zeng (2015)
	<i>Nature Environment</i>	
	<i>Facilities</i>	

\*) Hasil Diskusi Teori, 2020

Berdasarkan tabel diatas variabel yang digunakan pada sasaran satu untuk mengetahui motivasi kunjungan wisatawan adalah meliputi faktor pendorong yaitu *escape*, *relaxation*, meperkuat ikatan keluarga, *prestige*, *educational*, interaksi sosial, *romance*, pemenuhan diri, pemenuhan keinginan. Untuk variabel faktor penarik adalah histori, *nature environment and weather attraction*, dan *facilities*.

## 2.2 Komponen Pengembangan Pariwisata

Menurut Suryadana, dkk (2015) komponen pengembangan pariwisata terdiri dari dari lima komponen pengembangan pariwiata sebagai berikut:

### 1. Atraksi

Atraksi wisata yang dari dua kategori dalam sumber daya alam (air mancur, kolam, sungai, iklim, pemandangan indah, laut dan pantai, flora dan fauna, ruang terbuka hijau, dan kawasan lindung) dan sumber daya



buatan (arkeologi, sejarah, perdagangan, hiburan, kesehatan, keagamaan, dan olahraga, tempat-tempat budaya, pola budaya yang khas, seni dan kerajinan tangan, daya tarik aktifitas ekonomi, daya tarik pertokoan, museum, festival budaya, taman nasional, taman hiburan, sirkus, shopping, pertemuan, konferensi dan konvensi, even-even khusus).

## 2. Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut misalnya: akomodasi, restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko belanja, fasilitas umum seperti bank, fasilitas pelayanan kesehatan (apotek, rumah sakit), fasilitas keamanan (kantor polisi).

## 3. Transportasi

Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata berupa sarana transportasi darat, air, dan udara, jalan, dan lalu lintas.

## 4. Infrastruktur

Infrastruktur yang dimaksud adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, sistem pembuangan air kotor, sistem pembuangan sampah, telekomunikasi.

## 5. Ancillary/tambahan

*Ancillary* yang dimaksud adalah kebijakan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata termasuk menyusun strategi marketing dan program promosi, informasi pariwisata, peraturan pemeliharaan infrastruktur penunjang pariwisata.

Komponen pengembangan pariwisata menurut Cooper, et al. (1993) dikenal dengan istilah "4A" yaitu : Atraksi (*attraction*), Fasilitas (*amenities*), Pendukung (*access*), dan pelayanan (*ancillary services*). Uraian dari masing-masing komponen ada di bawah ini:

### 1. Atraksi (*attraction*)

Atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Ada banyak alasan mengapa orang berwisata ke suatu daerah. Atraksi disebut juga objek dan daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan.

Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata kalau kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata. Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Modal kepariwisataan itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata, sedang atraksi wisata itu sudah tentu harus komplementer dengan motif perjalanan wisata. Maka 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:

- a) Daya tarik wisata alam (*natural resources*) adalah 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 pandangannya terhadap matahari terbit dan tenggelam, laut dengan aneka kekayaan terumbu karang maupun ikannya, danau dengan keindahan panoramanya, gunung dengan daya tarik vulcanonya, maupun hutan dan sabana dengan keaslian flora dan faunanya, dan lain sebagainya.
- b) Daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya (situs atau *heritage*) maupun yang nilai budaya yang masih hidup (*the living culture*) dalam kehidupan suatu masyarakat, yang dapat berupa : upacara atau ritual, adatistiadat, seni pertunjukkan, seni kriya, seni sastra, seni rupa, situs (warisan budaya yang berupa benda, bangunan, kawasan, struktur, dan sebagainya), museum, desa tradisional, kawasan kota lama, monumen nasional, sanggar seni, pertunjukkan event, festival, seni kriya, adat istiadat maupun karya-karya teknologi modern, maupun keunikan kehidupan sehari-hari yang dipunyai oleh suatu masyarakat.



c) Daya tarik wisata minat khusus adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik, seperti pengamatan satwa tertentu (*bird watching*), memancing (*fishing*), berbelanja (*shopping*), kesehatan dan penyegaran badan (*spa and rejuvenation*), arung jeram, golf (*sport*), casino, wisata MICE, dan aktivitas-aktivitas wisata minat khusus lainnya yang biasanya terkait dengan hobi atau kegemaran seseorang wisatawan.

## 2. Fasilitas (*Amenities*)

Secara umum pengertian *amenities* adalah segala macam prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan (*accommodation*), rumah makan (*restaurant*), transportasi dan infrastruktur. Berikut ini akan diuraikan secara lebih rinci mengenai prasarana dan sarana yang dimaksud seperti:

### a) Penginapan (*accommodation*)

Akomodasi adalah tempat dimana wisatawan bermalam untuk sementara di suatu daerah wisata. Sarana akomodasi yang membuat wisatawan betah adalah akomodasi yang bersih, dengan pelayanan yang baik (ramah, tepat waktu), harga yang pantas sesuai dengan kenyamanan yang diberikan serta lokasi yang relatif mudah dijangkau. Jenis-jenis akomodasi berdasarkan bentuk bangunan, fasilitas, dan pelayanan yang disediakan, adalah Hotel Bintang & Non Bintang, Hotel Melati, penginapan (Losmen), *Guest house*, apartemen yang memiliki pangsa pasar tersendiri.

### b) Usaha makanan dan minuman

Usaha makanan dan minuman di daerah tujuan wisata merupakan salah satu komponen pendukung penting. Usaha ini termasuk di antaranya restoran, warung atau *cafe*. Wisatawan akan kesulitan apabila tidak menemui fasilitas ini pada daerah yang mereka kunjungi. Selain sebagai bagian untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, makanan adalah nilai tambah yang dapat menjadi daya

tarik tersendiri bagi wisatawan. Penyedia jasa harus memperhatikan apakah lokasi usahanya menjadi satu dengan sarana akomodasi, atau dekat dengan objek wisata sehingga mudah dikunjungi.

c) Transportasi dan infrastruktur

Wisatawan memerlukan alat transportasi baik itu transportasi udara, laut dan darat untuk mencapai daerah wisata yang menjadi tujuannya. Tersedianya alat transportasi adalah salah satu kunci sukses kelancaran aktivitas pariwisata. Infrastruktur pariwisata merupakan fasilitas yang memungkinkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan dengan lancar sehingga dapat memudahkan setiap orang yang terlibat dalam kegiatan berwisata. Untuk infrastruktur pariwisata ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

- i. Infrastruktur umum yaitu fasilitas umum yang harus ada di daerah tujuan wisata, antara lain: pembangkit tenaga listrik, penyediaan air bersih, jaringan jalan raya, stasiun kereta api, pelabuhan laut, bandara, dan fasilitas komunikasi.
- ii. Infrastruktur penunjang, untuk kebutuhan masyarakat banyak sangat diperlukan adanya infrastruktur ini, seperti: rumah sakit, apotek, kantor pos, bank, pompa bensin.

3. Aksesibilitas (*Access*)

Jalan masuk atau pintu masuk utama ke daerah tujuan wisata merupakan *access* penting dalam kegiatan pariwisata. *Airport*, pelabuhan, terminal, dan segala macam jasa transportasi lainnya menjadi *access* penting dalam pariwisata. Di sisi lain *access* ini diidentikkan dengan transferabilitas yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Tanpa adanya kemudahan transferabilitas tidak akan ada pariwisata. Adapun faktor-faktor yang memungkinkan transferabilitas ialah:

- a) Konektivitas antara daerah yang satu dengan daerah yang lain. Konektivitas atau hubungan antardaerah itu ada kaitannya dengan

determinan perjalanan wisata yaitu komplementaritas antara motif perjalanan dan atraksi wisata.

- b) Tidak adanya penghalang yang merintanginya adanya transferabilitas antar daerah.
- c) Tersedianya sarana angkutan antar daerah

#### 4. Pelayanan tambahan (*ancillary service*)

Pelayanan tambahan (*ancillary service*) atau sering disebut juga pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah daerah dari suatu daerah tujuan wisata, baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk: pemasaran serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan peraturan perundang-undangan baik di objek wisata.

Menurut Kurniawan (2015) unsur-unsur pengembangan pariwisata meliputi:

##### 1. Atraksi

Atraksi atau daya tarik dapat timbul dari keadaan alam (keindahan panorama, flora dan fauna, sifat khas perairan laut, danau), daya tarik buatan manusia (museum, katedral, masjid kuno, makam kuno dan sebagainya), ataupun unsur-unsur dan peristiwa budaya (kesenian, adat istiadat, makanan dan sebagainya).

##### 2. Transportasi

Perkembangan transportasi juga berpengaruh atas fleksibilitas arah perjalanan berupa sarana transportasi yang dapat digunakan wisatawan.

##### 3. Akomodasi

Tempat menginap dapat dibedakan antara yang dibangun untuk keperluan umum (hotel, motel, tempat pondokan, tempat berkemah waktu liburan) dan yang diadakan khusus perorangan untuk menampung menginap.

##### 4. Fasilitas Pelayanan

Penyediaan fasilitas dan pelayanan makin berkembang dan bervariasi sejalan dengan perkembangan arus wisatawan. Perkembangan pertokoan dan jasa pelayanan pada tempat wisata dimulai dengan adanya pelayanan jasa kebutuhan sehari-hari (penjual makanan, warung minum atau



jajanan), kemudian jasa-jasa perdagangan (pramuniaga, tukang-tukang atau jasa pelayanan lain), selanjutnya jasa untuk kenyamanan dan kesenangan (toko pakaian, toko perabot rumah tangga, dll), lalu jasa yang menyangkut keamanan dan keselamatan (dokter, apotek, polisi dan pemadam kebakaran).

#### 5. Infrastruktur

Infrastruktur yang memadai diperlukan untuk mendukung jasa pelayanan dan fasilitas pendukung. Pembangunan infrastruktur secara tidak langsung juga memberi manfaat (dapat digunakan) bagi penduduk setempat disamping mendukung pengembangan pariwisata seperti jalan, pelabuhan, jalan kereta api, penyediaan saluran air bersih, penerangan listrik, dan juga saluran pembuangan limbah.

Berdasarkan komponen pengembangan pariwisata yang telah dipaparkan oleh beberapa ahli sebelumnya, maka didapatkan hasil sintesa sebagai berikut:

Tabel 2.2 Diskusi Teori Komponen Pengembangan Pariwisata\*)

Faktor	Variabel	Sumber
Atraksi	Daya tarik alam	Suryadana, dkk (2015), Cooper, et al. (1993), Kurniawan (2015)
	Daya tarik buatan	Suryadana, dkk (2015), Kurniawan (2015)
Amenitas	Akomodasi	Suryadana, dkk (2015), Cooper, et al. (1993), Kurniawan (2015)
	Restoran/rumah/kios makan	
	Jaringan listrik	
	Jaringan air bersih	
	Fasilitas keamanan	
	Fasilitas kesehatan	
	Toko/tempat belanja	
	Jaringan air limbah/air kotor	
	Bank	
	Jaringan Telekomunikasi	
Aksesibilitas	Jaringan jalan	Suryadana, dkk (2015), Cooper, et al. (1993), Kurniawan (2015)
	Sarana Transportasi	Suryadana, dkk (2015), Kurniawan (2015)
Ancillary	Promosi/pemasaran	Suryadana, dkk (2015),

Faktor	Variabel	Sumber
	Peraturan objek wisata	Cooper, et al. (1993)

\*)Hasil Diskusi Teori, 2020

Berdasarkan tabel diatas maka variabel yang digunakan pada sasaran kedua untuk faktor-faktor pengembangan pariwisata. Untuk variabel atraksi adalah daya tarik alam dan daya tarik buatan. Untuk variabel amenitas adalah akomodasi, restoran/rumah/kios makan, jaringan listrik, jaringan air bersih, fasilitas keamanan, toko/tempat belanja, jaringan air limbah, bank, jaringan telekomunikasi. Untuk variabel aksesibilitas adalah tersedianya jaringan jalan dan sarana transportasi. Untuk variabel *ancillary* adalah promosi/pemasaran pariwisata, dan peraturan objek wisata.

### 2.3 Minat Berkunjung

Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli, Albarq (2014) menyamakan bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen. Minat membeli tercipta karena konsumen merasa kualitas produk dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen, sehingga konsumen berniat membeli (Faradiba dkk, 2013). Schiffman, dkk (2007) mengemukakan bahwa minat membeli merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan. Menurut Umar (2003) minat berkunjung merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan.

Minat berkunjung adalah perasaan ingin mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik untuk dikunjungi (Hidayat dkk, 2015). Menurut Basiya dkk (2012) mendefinisikan minat berkunjung adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Menurut Kotler, dkk (2013) minat berkunjung adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam berkunjung ke suatu tempat, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Minat berkunjung adalah keinginan yang kuat pengunjung untuk berkunjung diwaktu yang akan

datang sebagai respon langsung paska kunjungan di karenakan reputasi baik atas produk wisata dan kesan kualitas atau citra objek wisata (Mingfang, dkk ,2014).

Berdasarkan beberapa teori terkait minat berkunjung yang dikemukakan, maka dapat dihasilkan diskusi teori mengenai minat berkunjung yaitu seperti termuat pada tabel berikut:

Tabel 2.3 Diskusi Teori Minat Berkunjung\*)

Faktor	Variabel	Sumber
Minat berkunjung	Keinginan berkunjung	Faradiba, dkk (2013), Schiffman, dkk (2007), Kotler, dkk (2013), Mingfang, dkk (2014)

\*)Hasil Diskusi Teori, 2020

Berdasarkan tabel diatas variabel yang digunakan pada sasaran dua untuk minta berkunjung wisatawan adalah keinginan melakukan kunjungan.

#### 2.4 Penelitian Terdahulu

Berikut rangkuman hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan:



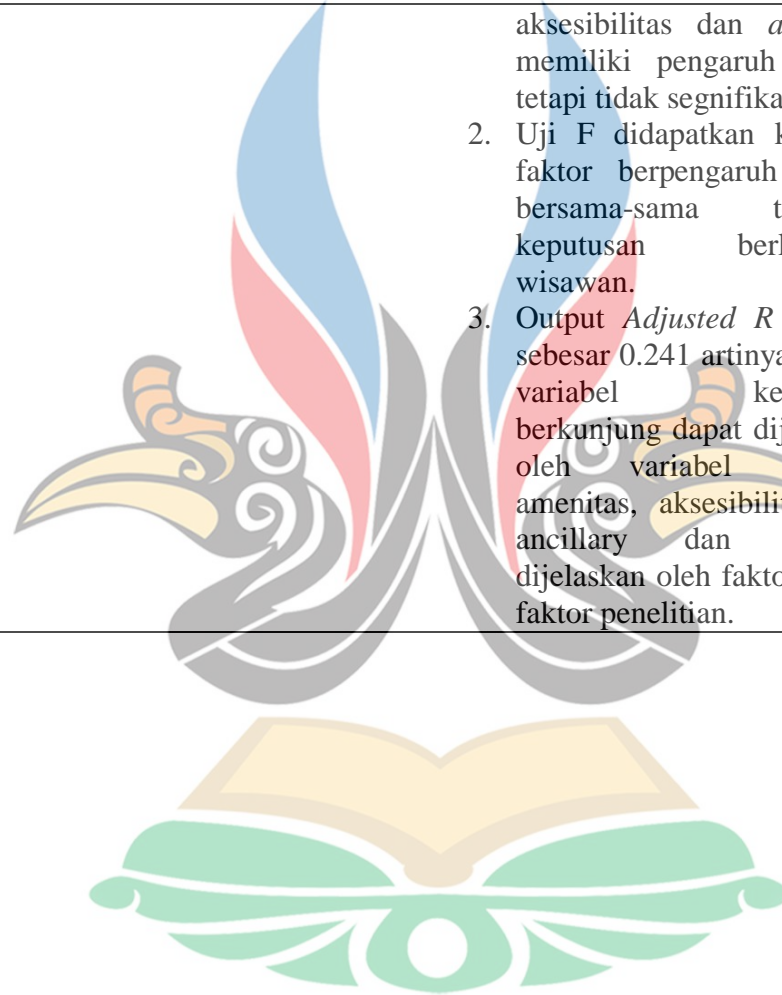
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu\*)

No.	Nama Penulis, Judul dan Tahun Publikasi	Metode	Variabel	Hasil	Kontribusi dalam penelitian
1.	Dariusman Abdillah, Analisis Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Berkunjung Ke Bali Utara , 2017	Metode Kualitatif dan metode Kuantitatif deskriptif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel daya tarik wisata/daerah tujuan wisata: amenitas, aksesibilitas, atraksi</li> <li>2. Variabel tujuan wisatawan berkunjung ke DTW: <i>what to do, what to buy, what to arrived, what to stay</i></li> <li>3. Variabel motivasi kunjungan wisatawan: Faktor pendorong (<i>Rest and relaxation, Visit new place, Gain a new knowledge and experience, Out of the daily routines, Improve my health and fitness, Visit family and friends</i>) dan faktor penarik (<i>History, Nature, The appropriate price, Event and festivals, Various type of food</i>)</li> </ol>	<p>Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor pendorong utama wisatawan berkunjung ke Bali Utara adalah <i>gain new knowledge and experience, visit new place, dan rest and relaxation</i>. Sedangkan faktor penarik utama wisatawan berkunjung ke Bali Utara adalah <i>nature, history, the appropriate price</i>. Rekomendasi yang dapat diusulkan adalah melakukan pelatihan manajemen pariwisata kepada tenaga kerja pariwisata agar pelayanan terhadap wisatwan yang sesuai dengan harapan wisatwan dapat terwujud, menjaga kelestarian alam dan budaya untuk mempertahankan keunikan, meningkatkan kualitas amenitas dan aksesibilitas serta melakukan promosi pariwisata.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel yang diadaptasi dalam penelitian meliputi faktor pendorong (<i>rest and relaxation, gain a new knowledge and experience, visit family and friends</i>) dan faktor penarik (<i>nature, Facilities</i>)</li> <li>- Dalam penelitian ini mengadaptasi metode kualitatif deskriptif dalam analisis motivasi kunjungan wisatawan</li> <li>- Dalam penelitian ini mengadaptasi sampel yang digunakan yaitu wisatawan</li> </ul>

No.	Nama Penulis, Judul dan Tahun Publikasi	Metode	Variabel	Hasil	Kontribusi dalam penelitian
			<i>and beverage, Facilities, Security and comfort services, Service quality of travel agency, Service quality of tour guides)</i>		
2.	Wira Primaldi, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisata Dan Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Di Hutan Mangrove Kuale Kabupaten Belitung Provinsi Bangka Belitung, 2017	1. Analisis regresi linier 2. Analisis SWOT	1. Atraksi, aksesibilitas, minat kunjungan wisata amenitas, <i>ancillary</i> , amenitas dan aksesibilitas	1. hasil penelitian mendapatkan bahwa variabel independen atraksi, amenitas dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisata.	- Variabel yang didaptasi dalam penelitian ini meliputi atraksi, amenitas, aksesibilitas, <i>ancillary</i> , dan minat kunjung wisata - Dalam penelitian ini tidak mengadaptasi metode regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS ( <i>Partial least Square</i> ) - Dalam penelitian ini mengadaptasi sampel yang digunakan yaitu wisatawan
3.	Anif Setyawati, Analisis Pengaruh Peran Logistik Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus: Objek Wisata	Regresi linier berganda	1. Atraksi 2. Amenitas 3. Aksesibilitas 4. Anseliri 5. Keputusan berkunjung	1. Uji t didapatkan dari keempat faktor, hanya faktor atraksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Faktor amenitas,	- Variabel yang didaptasi dalam penelitian ini meliputi atraksi, amenitas, aksesibilitas, <i>ancillary</i> , dan minat kunjung wisata - Dalam penelitian ini tidak mengadaptasi metode regresi

No.	Nama Penulis, Judul dan Tahun Publikasi	Metode	Variabel	Hasil	Kontribusi dalam penelitian
	Air Terjun Jumog, Kabupaten Karanganyar), 2019			<p>aksesibilitas dan <i>ancillary</i> memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan.</p> <p>2. Uji F didapatkan keempat - faktor berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisatawan.</p> <p>3. Output <i>Adjusted R Square</i> sebesar 0.241 artinya 24.1% variabel keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel atraksi, amenitas, aksesibilitas dan <i>ancillary</i> dan sisanya dijelaskan oleh faktor diluar faktor penelitian.</p>	<p>linier berganda. Penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS (<i>Partial least Square</i>) Dalam penelitian ini mengadaptasi sampel yang digunakan yaitu wisatawan</p>

\*)Penulis, 2020





## 2.5 Sintesa Teori

Berdasarkan pembahasan mengenai tinjauan pustaka terkait motivasi wisatawan berkunjung, komponen pengembangan pariwisata, dan minat berkunjung maka sintesa teori yang akan digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.5 Hasil Sintesa Teori\*)

Faktor	Variabel	Sumber
Pendorong motivasi wisatawan	<i>Escape</i>	Alghamdi (2007), Pitana, dkk (2005), Azman (2019)
	<i>Relaxation</i>	
	Memperkuat ikatan keluarga	
	<i>Prestige</i>	Pitana, dkk (2005), Azman (2019)
	<i>Educational</i>	
	<i>Play</i>	
	Interaksi sosial	
	<i>Romance</i>	
	Pemenuhan diri	
Penarik motivasi wisatawan	Pemenuhan keinginan	Alghamdi (2007), Zeng (2015)
	Histori	
	<i>Nature Environment</i>	
Atraksi	<i>Facilities</i>	Azman (2019), Zeng (2015)
	Daya tarik alam	Suryadana, dkk (2015), Cooper, et al. (1993), Kurniawan (2015)
Amenitas	Daya tarik buatan	Suryadana, dkk (2015), Kurniawan (2015)
	Akomodasi	Suryadana, dkk (2015), Cooper, et al. (1993), Kurniawan (2015)
	Restoran/rumah/kios makan	
	Jaringan listrik	Suryadana, dkk (2015), Kurniawan (2015)
	Jaringan air bersih	
	Fasilitas keamanan	
	Fasilitas kesehatan	
	Toko/tempat belanja	
	Jaringan air limbah/air kotor	
	Bank	Suryadana, dkk (2015), Cooper, et al. (1993)
Jaringan Telekomunikasi		
Aksesibilitas	Jaringan jalan	Suryadana, dkk (2015), Cooper, et al. (1993), Kurniawan (2015)
	Sarana Transportasi	

Faktor	Variabel	Sumber
Ancillary	Promosi/pemasaran Peraturan objek wisata	Suryadana, dkk (2015), Cooper, et al. (1993)
Minat berkunjung	Keinginan berkunjung	Faradiba dkk, (2013), Schiffman, dkk (2007), Kotler, dkk (2013), Umar (2003), Mingfang Zhu dan Zhang Hanyu, (2014)

\*) Hasil Sintesa Teori, 2020



[www.itk.ac.id](http://www.itk.ac.id)