BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pariwisata dan Kepariwisataan

1. Pariwisata

a. Kepariwisataan

Dalam hal ini kepariwisataan sangat dominan untuk pembahasan dalam dunia global nasional maupun internasional. Dalam sektor pariwisata Kepariwisataan data ini berkembang dengan adanya zaman yang ada. Menurut (Sutono & Meitasari, 2021)disebutkan bahwa Pariwisata merupakan sebuah aktivitas yang disediakan fasilitasnya oleh Lembaga Lembaga yang ada seperti masyarakat, Pengusaha maupun Pemerintah.

b. Pariwisata

Perkembangan teknologi sangatlah pesat, saat ini dimana semua aktivitas bisa dilakukan dengan jarak jauh. Dengan adanya teknologi dapat menguntungkan semua sektor terutama dalam sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu bentuk industri pariwisata yang belakangan ini menjadi tujuan sebagian besar masyarakat. Pariwisata memberikan kenikmatan suguhan segala sesuatu yang dapat dirasakan seperti berupa keindahan segala yang dibuat oleh alam atau manusia (Enden, 2021). Pariwisata juga bisa dijadikan sebagai katalisator suatu pembangunan yang berkelanjutan (permanen dan tidak permanen). Sedangkan menurut *the Ecotourism society* dalam (Enden, 2021) Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan ke area alam yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Dalam (Nugroho, 2018) menurut Pendit Pariwisata juga bisa disebut dengan kegiatan seseorang

bepergian dalam jangka waktu pendek, meninggalkan segala aktivitasnya, pekerjaannya dengan mengunjungi tempat wisata dengan tujuan yang berbeda beda. Selain itu juga dalam (Pradini, Pengaruh Tourism Destination Parts, Service Quality Terhadap Destination Loyalty Melalui Tourism Satisfaction Di Taman Margasatwa Ragunan, 2017) dikemukakan bahwa pariwisata merupakan kegiatan atau aktivitas di luar lingkungan dengan tujuan yang berbeda beda.

Pada era ini pariwisata sangat berkembang mengikuti zaman dimana semua hal yang dibutuhkan untuk kegiatan aktivitas yang dilakukan wisatawan dapat diakses dan di cari secara tidak langsung atau online.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan dapat mempengaruhi minat penggunaan teknologi. Pada zaman ini suatu teknologi berkembang dengan sangat cepat dalam sektor pariwisata itu sendiri dapat mempengaruhi banyak hal di semua industri terutama dalam Sektor Pariwisata, Contohnya yaitu memudahkan para wisatawan atau pengunjung untuk membeli atau memesan tiket suatu destinasi lebih cepat dan lebih singkat tanpa mengunjungi destinasi tersebut. Dengan cara tersebut teknologi memainkan peran untuk berkembang lebih baik menggunakan suatu aplikasi yang di ciptakan oleh manusia.

Menurut Jogiyanto dalam (Priambodo & Prabawani, 2016) persepsi kemudahan merupakan Pemikiran Para wisatawan sejauh mana bahwa kebenaran menggunakan teknologi akan bebas dari suatu usaha. Tingkat dimana user percaya bahwa teknologi yang ada dan berkembang di era ini dapat dimanfaatkan dengan baik dan bisa memudahkan para pengguna, Seperti Halnya suatu objek wisata

menyediakan tiket dimana akan di pasarkan menggunakan teknologi atau dipasarkan dengan cara online atau tidak langsung.

Dalam penelitian ini Penulis mengambil indikator yang dikemukakan menurut Jimenez et al., (2016) dalam (Yogananda & Dirgantara, 2017) Yaitu bahwa dalam persepsi kemudahan menggunakan tiga indikator :

a. Mudah untuk dipelajari
b. Mudah untuk didapatkan
c. mudah untuk dioperasikan

Dalam berdasarkan penelitian terdahulu oleh Assegaff dalam (Fadilah, 2019) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan sebagai penentu utama yang berperan dalam hubungan perilaku Konsumen dan dapat menghasilkan keputusan yang akan diambil setelah persepsi itu dikemukakan.

3. Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler dalam (Stiawan & Sugiharto, 2014) Keputusan pembelian yaitu cara yang dilakukan oleh Wisatawan atau pelanggan untuk menentukan apakah mereka akan menggunakan produk yang diPasarkan atau membeli suatu Produk tersebut. Pembelian produk biasanya dilakukan berdasarkan persepsi yang dimiliki oleh pengunjung atau pelanggan terhadap produk yang dipasarkan yang dengan kemampuan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan yang dipenuhi.

Dalam (Fauzi, 2021) Keputusan pembelian merupakan suatu yang dilakukan oleh pembeli untuk mencari informasi suatu produk tertentu dan mengevaluasi seberapa baiknya suatu produk yang akan di beli yang kemudian akan diputuskan pembeliannya.

Dalam Keputusan pembelian menurut (Schiffman & Kanuk) dalam (Fauzi, 2021) adalah seleksi suatu konsumen atau pengunjung setelah mengevaluasi beberapa faktor atau dimensi yang ada dalam Keputusan Pembelian Seperti:

a. Merk
b. Tempat
c. Kualitas
d. Waktu
e. Dan metode pembayaran yang akan dilakukan

Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa keputusan pembelian sangat penting dan sangat di pertimbangkan oleh para wisatawan atau pembeli yang akan membeli suatu barang atau produk di suatu usaha atau tempat usaha yang mereka akan kunjungi.

Dalam penelitian ini akan menggunakan indikator yang dikemukakan oleh (Pradana, Hudayah, & Rahmawati, 2017) indikator pembelian yaitu yang dikemukakan sebagai berikut :

a) Mengetahui informasi produk
b) Membeli karna merk yang disukai
c) Membeli karena kebutuhan dan keinginan
d) Mendapat Rekomendasi dari orang lain

B. Keterkaitan Antar Variabel

Dalam penelitian yang ditulis oleh peneliti merupakan suatu keterkaitan, Dimana suatu Pertimbangan membeli sebuah produk dapat dipikirkan secara matang dengan menggunakan Persepsi atau kemungkinan yang akan terjadi jika wisatawan membeli suatu produk. Dengan persepsi bahwasanya produk yang dibeli dapat memenuhi kebutuhan. Dengan adanya aplikasi atau alat perantara yang digunakan untuk memesan suatu produk dapat memudahkan para konsumen membeli suatu barang atau produk. Dengan adanya teknologi konsumen atau wisatawan yang akan memebeli tiket dapat mempertimbangan pembelian suatu produk dengan cara melihat kualitas yang dipasarkan oleh Objek wisata.

C. HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Teori yang digunakan untuk acuan penelitian ini adalah sebuah acuan yaitu baik dikelola sebagai data pendukung penelitian, salah satu pendukung yang baik digunakan sebagai acuan penelitian ini.

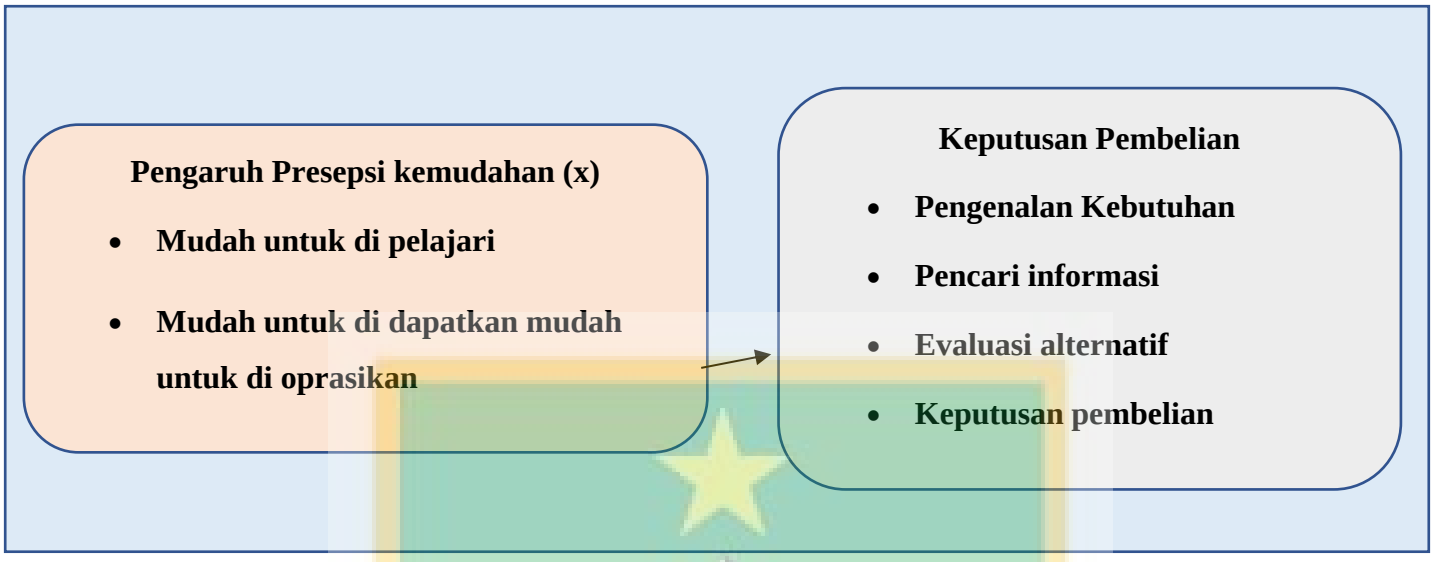
Table 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan tahun	Metode	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	(Pradini, Pengaruh Tourism Destination Parts, Service Quality Terhadap Destination Loyalty Melalui Tourism Satisfaction Di Taman Margasatwa Ragunan, 2017).	Metode pengambilan sampel (non-Probability sampling) dengan Teknik purposive sampling.	Pengaruh Tourism Destination Parts, Service Quality Terhadap destination loyalty melalui Tourist satisfaction di Taman Margasatwa Ragunan.	Signifikan antara Variabel independen dan dependen.
2.	(Fadilah, 2019).	Metode Kuantitatif.	Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap minat	Variabel dependen dan independen berpengaruh positif.

			beli Tiket bioskop Online.	
3.	(Arianto, Asmalah, & Rahmat, 2022).	Metode Kuantitatif.	Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Keputusan pembelian Studi pada penggunaan mas Cleaner.	Variabel berpengaruh positif dan signifikan.
4.	(Ulhaq, Astuti, Fadillah, Yusuf, & Dewi, 2021).	Metode Kuantitatif.	Analisis Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah.	Variabel independen dan variabel independen berpengaruh positif dan signifikan.

D. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

E. HIPOTESIS

Dalam studi kasus Penelitian ini saya menggunakan Hipotesis sebagai berikut :

H_O : Persepsi Kemudahan pembelian tiket online berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Tiket Wisata di Gunung Gede Kabupaten Cianjur.

H_1 : Persepsi Kemudahan pembelian tiket online Tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Tiket Wisata di Gunung Gede Kabupaten Cianjur.

X :Persepsi Kemudahan Pembelian Tiket Online (Variabel Independen).

Y : Keputusan Pembelian Tiket Wisata (Variabel Dependen).