

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Keinginan untuk Berkunjung Kembali**

Konsep hasrat untuk mengunjungi kembali berasal dari hasrat untuk berperilaku. Hasrat berperilaku dapat berarti niat untuk perencanaan akan perilaku tertentu. (Glendon, 1998). Istilah bila seseorang telah mempunyai hasrat untuk melakukan hal tertentu, maka orang tersebut cenderung berbuat seperti kehendaknya (Ajzen, 2002). Didalam zona pariwisata, ini dapat dinyatakan dengan bentuk membeli kembali produk atau jasa didalam bidang pariwisata.

Keinginan untuk mengunjungi destinasi yang sama dapat berarti ketersediaan untuk mengalami hal sesuai dengan memori sebelumnya. Contohnya membeli paket wisata untuk tujuan yang sama. (Han & Kim, 2010). Keinginan untuk berkunjung ke jangka waktu tertentu untuk tujuan yang sama dengan yang pernah dilakukan (Cole & Scott, 2008).

#### **2.2 Model-model penelitian terdahulu**

Salah satu alasan topik tentang berkunjung kembali diangkat adalah dikarenakan topik ini adalah topik yang menarik dan tidak ada habisnya untuk diteliti, telah banyak penelian terdahulu yang dilakukan dengan mengangkat topi yang serupa dalam daur waktu 11 tahun terakhir telah banyak dilakukan penelitian terkait topik niat berkunjung kembali, terlihat dari tiga puluh enam jurnal terkait yang terkumpul dan diperoleh dari mesin pencari google. Kata kunci yang diterapkan antara lain *revisit intention*, *destination image*, *motivation*, *satisfaction* hingga hubungan diantara variabel. Berdasarkan hasil yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa penelitian ini masih terus berlanjut dan akan selalu terbaharui.

Dari jurnal yang telah terkumpul tentang niat kunjungan kembali (*revisit intention*) dari tahun 2008 hingga 2019, setiap tahunnya terdapat artikel yang diterbitkan sehingga dapat disimpulkan bahwa jurnal internasional dengan kata kunci *revisit intention* sangat diminati oleh peneliti.

Penelitian dilakukan oleh berbagai negara dan belahan benua tanpa terkecuali negara maju atau negara yang masih berkembang, sumber data penelitian berasal dari China, Denmark, Yunani, Hongkong, Indonesia, Italia, Makau, Malaysia, Shanghai, Korea Selatan, Taiwan, Turki, Inggris, dan Amerika.

Terkumpul penelitian di tahun 2008 sebanyak dua jurnal (Chi & Qu, 2008; Cole & Scott, 2008). di tahun 2009 sebanyak lima jurnal (Cole & Chancellor, 2009; Han *et al.*, 2009; Huang & Hsu, 2009; T. (Terry) Kim *et al.*, 2009; Lee, 2009). Di tahun 2010 sejumlah dua jurnal (Han & Kim, 2010; Li *et al.*, 2010). Di tahun 2011 terkumpul empat jurnal (Assaker *et al.*, 2011; Collins *et al.*, 2011; Lam *et al.*, 2011; Mat-Som & Bader-Badarneh, 2011).

Terkumpul dua jurnal di tahun 2013 (Hwang *et al.*, 2013; Shen, 2013) . Tiga jurnal di tahun 2014 (Chew & Jahari, 2014; Pratminingsih, 2014; Tang, 2014). Di tahun 2015 terlihat penelitian gencar dilakukan sehingga ditemukan tujuh jurnal terkait (Hallmann *et al.*, 2015; Jung *et al.*, 2015; Ku & Chen, 2015; Meleddu *et al.*, 2015; Ranjbarian & Pool, 2015; Shariff *et al.*, 2015; Tosun *et al.*, 2015). Di tahun 2016 terkumpul (Barnes *et al.*, 2016; Cong, 2016; Hsieh, 2016; Hsu *et al.*, 2016; Hung *et al.*, 2016; Jengchung Victor Chen, Sein Htaik & To, 2016; M. J. Kim *et al.*, 2016; Liu & Lee, 2016; Madden *et al.*, 2016; Prayogo & Kusumawardhani, 2016; Stylos *et al.*, 2016; Tan & Wu, 2016; Whang *et al.*, 2016). Di tahun 2017 terkumpul empat jurnal (Abubakar *et al.*, 2017; Hui-Min Song, 2017; J. (Sunny) Kim *et al.*, 2017; Loi *et al.*, 2017). Di tahun 2018 terkumpul dua jurnal (Meng & Han, 2018; Zhang *et al.*, 2018). Tiga jurnal di tahun 2019 (Konuk, 2019; Park, 2019; Vesci & Botti, 2019). Negara terbanyak yang menyumbangkan hasil penelitian dari data yang dikumpulkan berasal dari negara Korea selatan (Hwang *et al.*, 2013; J. (Sunny) Kim *et al.*, 2017; M. J. Kim *et al.*, 2016; T. (Terry) Kim *et al.*, 2009; Park, 2019) dan Taiwan dengan lima penelitian (Hsu *et al.*, 2016; Hung *et al.*, 2016; Ku & Chen, 2015; Lee, 2009; Liu & Lee, 2016), diikuti negara China (Hui-Min Song, 2017; Shen, 2013; Meng & Han, 2018), Turki (Abubakar *et al.*, 2017; Konuk, 2019; Tosun *et al.*, 2015) dan Amerika (Cole & Chancellor, 2009; Han *et al.*, 2009; Li *et al.*,

2010) dengan masing masing tiga jurnal. Empat negara menyumbang masing - masing dua jurnal yaitu negara Hongkong (Huang & Hsu, 2009; Tan & Wu, 2016), Italy (Meleddu *et al.*, 2015; Vesci & Botti, 2019), Malaysia (Chew & Jahari, 2014; Shariff *et al.*, 2015) dan Makau (Lam *et al.*, 2011; Loi *et al.*, 2017) sedangkan hasil penelitian dari negara Indonesia terdapat dua jurnal yang diharapkan dapat menyumbang lebih banyak hasil penelitian (Pratminingsih, 2014; Prayogo & Kusumawardhani, 2016). Negara Jerman (Hallmann *et al.*, 2015), Denmark (Barnes *et al.*, 2016), Yunani (Stylos *et al.*, 2016), Shanghai (Zhang *et al.*, 2018), Inggris (Jung *et al.*, 2015) masing masing menyumbang satu jurnal.

## **2.3 Hubungan antar Variabel**

### **2.3.1 Pengaruh Motivasi terhadap Citra Destinasi**

Motivasi mengambil peranan penting dalam pengambilan keputusan oleh wisatawan dan mempengaruhi gambaran yang dimiliki wisatawan tentang daerah wisata tertentu. Wisatawan akan memiliki kesan yang mendalam terhadap tempat wisata jika emosi yang terkait dengan tempat wisata yang mereka rasakan dan promosi tempat wisata bersesuaian dengan motivasi yang mereka miliki. Penelitian yang dilakukan oleh menyatakan hasil yang positif antara motivasi dan citra destinasi (Pratminingsih, 2014). Penelitian serupa juga ditemukan bahwa motivasi untuk bepergian mempunyai pengaruh terhadap citra destinasi dan pemilihan tempat destinasi (Hsieh, 2016). Dikatakan bahwa kuatnya keinginan yang dimiliki seseorang menambah motivasi untuk melakukan sesuatu. Sama halnya dengan turis yang mempunyai keinginan mendalam akan sensasi mendebarkan akan memiliki motivasi yang lebih kuat untuk mencari destinasi yang memacu adrenalin. Turis dengan motivasi yang kuat akan cenderung untuk memilih destinasi wisata positif sesuai dengan ingatan mereka (Madden *et al.*, 2016). Penelitian menyatakan bahwa motivasi menjadi pengaruh kuat seseorang untuk keluar dari hiruk pikuk kehidupan untuk relaksasi sejenak (Pereira *et al.*, 2019).

### **2.3.2 Pengaruh Motivasi terhadap Kepuasan Wisatawan**

Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah telah banyak diteliti dengan berbagai pengukuran dan pendekatan, pemahaman yang dilakukan umumnya dapat dilihat dari berbagai sudut (John L. Crompton, 1979). Motivasi wisatawan dapat diukur dari lima segmen yaitu: peningkatan ego, pengetahuan, ganjaran terminim yang akan didapat, harga diri atau evaluasi diri secara keseluruhan dan kemungkinan penghargaan terbesar yang dapat diperoleh (Fodness, 1994). Penelitian tentang hubungan ini menunjukkan nilai positif didukung oleh (Lee, 2009; Tang, 2014).

### **2.3.3 Pengaruh Motivasi terhadap Niat untuk Berkunjung Kembali**

Motivasi kiranya adalah faktor penting untuk memahami perilaku wisatawan dan motivasi sangat mungkin mempengaruhi keinginan individu untuk berkunjung ke daerah yang pernah mereka kunjungi sebelumnya (Li *et al.*, 2010). Di dalam penelitian oleh (Pratminingsih, 2014) hubungan antara motivasi dan keinginan untuk berkunjung kembali menunjukkan hasil yang positif dikarenakan relaksasi dan sosiaalisasi adalah faktor yang paling berpengaruh di dalam motivasi masyarakat Indonesia untuk berkunjung kembali ke Kota Bandung. Penelitian lainnya yang menunjukkan hasil yang positif dalam hubungan ini adalah oleh (Li *et al.*, 2010; Shen, 2013).

### **2.3.4 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan**

Citra destinasi dapat disimpulkan sebagai “kesan pertama” yang diperoleh dari suatu tempat atau persepsi dari suatu tempat (Echtner & Ritchie, 1991). Destinasi dengan gambaran yang lebih positif diyakini akan lebih mungkin untuk dimasukkan kedalam proses pengambilan keputusan (Chi & Qu, 2008; Milman & Pizam, 1995). Hubungan kedua variabel berikut didukung oleh hasil penelitian dari (Lee, 2009).

### **2.3.5 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keinginan untuk Berkunjung Kembali**

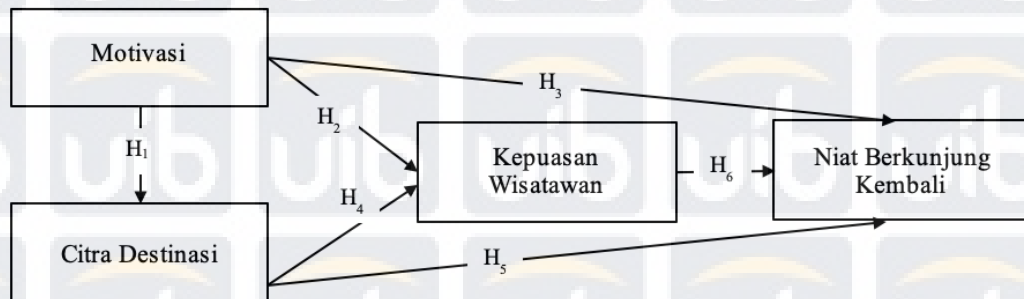
Tampak bahwa Bandung memiliki citra yang positif khususnya dalam poin wisata alamnya, warga yang ramah, makanan yang unik dan enak serta hiburan yang menarik (Pratminingsih, 2014). Citra destinasi adalah kesan dan perasaan yang diperoleh wisatawan saat mereka berkunjung ke suatu tempat. Jadi citra destinasi memainkan peranan besar untuk wisatawan mengunjungi kembali tempat yang mereka anggap menyimpan memori untuk mereka (Prayogo & Kusumawardhani, 2016).

### **2.3.6 Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Keinginan untuk berkunjung Kembali**

Banyak penelitian yang menunjukkan tingginya tingkat kepuasan berbanding lurus dengan keinginan untuk berkunjung kembali (Assaker *et al.*, 2011; Chen & Tsai, 2007; Chi & Qu, 2008). Penelitian terdahulu membuktikan hubungan searah antara kepuasan tamu dan niat kunjungan kembali (Chi & Qu, 2008; Collins *et al.*, 2011; Han *et al.*, 2009; Ku & Chen, 2015; Lee, 2009; Loi *et al.*, 2017; Mat-Som & Bader-Badarneh, 2011; Pratminingsih, 2014; Ranjbarian & Pool, 2015).

## 2.4 Model Penelitian dan Perumusan Hipotesis

### 2.4.1 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian Terdahulu, Sumber: (Pratminingsih, 2014)

Figur yang digunakan dalam penelitian ini diangkat dari penelitian oleh (Pratminingsih, 2014) tentang kota Bandung. Penelitian ini meneliti tentang 4 variabel dan 6 hubungan. Serupa dengan penelitian terdahulu oleh (Pratminingsih, 2014), penelitian kali ini mengangkat Kota Batam sebagai daerah yang akan diteliti dengan enam buah hipotesis.

### 2.4.2 Hipotesis

Berdasarkan figur penelitian yang digambarkan diatas, hipotesis yang akan diujikan adalah:

H<sub>1</sub> : Motivasi berpengaruh terhadap Citra Destinasi

H<sub>2</sub> : Motivasi berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan

H<sub>3</sub> : Motivasi berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali

H<sub>4</sub> : Citra Destinasi berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan

H<sub>5</sub> : Citra Destinasi berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali

H<sub>6</sub> : Kepuasan Wisatawan berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali