

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Dr. James Joseph Spillane dalam bukunya *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*, mengemukakan bahwa pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau di negara lain. Kegiatan tersebut dengan menggunakan kemudahan, jasa, dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan (Spillane, 1994).

Kemudahan dalam batas pariwisata maksudnya antara lain berupa fasilitas yang memperlancar arus kunjungan wisatawan. Misalnya dengan memberikan bebas visa, prosedur pelayanan yang cepat di pintu-pintu masuk dan keluar, tersedianya transportasi dan akomodasi yang cukup. Faktor penunjangnya adalah prasarana dan utilitas umum, seperti jalan raya, penyediaan air minum, listrik, tempat penukaran uang, pos dan telekomunikasi, dan sebagainya.

b. Perbedaan Wisatawan dan Bukan Wisatawan

Wisatawan memiliki ciri mencari kesenangan, melakukan kunjungan keluarga, kunjungan yang bersifat terapi kesehatan, kunjungan terkait *event* olahraga, atau kunjungan yang tujuannya untuk kepentingan pertemuan-pertemuan bisnis, tugas pemerintah untuk melakukan rapat (konferensi, musyawarah, kongres, dan berbagai seminar yang para pesertanya memiliki dan sengaja disiapkan waktu untuk melakukan wisata), misi-misi seni dan budaya, misi keagamaan, bahkan kegiatan bisnis atau politik yang dapat menimbulkan kegiatan wisata.

Prinsip wisatawan melakukan perjalanan untuk mendapatkan kesenangan dengan berbagai motif perjalanan yang mana tidak termasuk motif dengan tujuan untuk mencari nafkah, maka dapat digolongkan sebagai perjalanan wisata, sedangkan yang bukan wisatawan terikat dengan motif-motif tertentu selain motif mendapatkan kesenangan itu sendiri.

Bukan wisatawan cirinya adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke daerah tujuan karena terikat kontrak kerja, mencari nafkah/pekerjaan, pelintas batas, atau melakukan kegiatan sekolah yang dilakukan oleh pelajar atau mahasiswa, serta melakukan migrasi penduduk. Bagi pelaku perjalanan bukan wisatawan, sama sekali tidak ada tujuan melakukan perjalanan untuk mendapatkan kesenangan, melainkan untuk kegiatan yang benar-benar terkait dengan mencari nafkah/pekerjaan, bersekolah, ataupun migrasi penduduk.

c. Bentuk Pariwisata

Nyoman S. Pendit dalam bukunya, Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana, mengemukakan bentuk pariwisata dapat dibagi menurut kategori sebagai berikut: menurut asal wisatawan, menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran, menurut jangka waktu, menurut jumlah wisatawan, dan menurut alat angkut yang dipergunakan (Nyoman S. Pendit, 1990).

Bentuk-bentuk pariwisata diklasifikasikan menjadi lima kategori yaitu sebagai berikut :

1) Menurut Asal Wisatawan

Jika wisatawan berasal dari dalam negeri maka disebut pariwisata domestik atau pariwisata nusantara. Apabila wisatawan berasal dari luar negeri maka disebut pariwisata internasional atau pariwisata mancanegara.

2) Menurut Akibatnya Terhadap Neraca Pembayaran

Kedatangan wisatawan ke dalam negeri memberi efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri. Dan pariwisata ini disebut pariwisata aktif. Sebaliknya, warga negara yang keluar negeri memberi efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri dan ini disebut pariwisata pasif.

3) Menurut Jangka Waktu

Disebut pariwisata jangka pendek apabila wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tempat wisata hanya beberapa hari saja. Disebut pariwisata jangka panjang apabila wisatawan yang berkunjung ke daerah tempat wisata waktunya sampai berbulan-bulan. Jadi yang membedakan kedua wisatawan tersebut adalah lama tinggal wisatawan di tempat wisata.

4) Menurut Jumlah Wisatawan

Disebut pariwisata tunggal, apabila wisatawan yang bepergian hanya seorang, atau satu keluarga. Disebut pariwisata rombongan, apabila wisatawan yang bepergian satu kelompok atau rombongan yang berjumlah 15 sampai dengan 20 orang atau lebih.

5) Menurut Alat Angkut Yang Dipergunakan

Menurut kategori ini, pariwisata dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api, pariwisata mobil, tergantung dari wisatawan itu sendiri menggunakan transportasi yang mana.

d. Jenis Pariwisata

1) Wisata Budaya

Seseorang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mempelajari adat istiadat, budaya, tata cara kehidupan masyarakat dan kebiasaan yang terdapat di daerah atau negara yang dikunjungi. Termasuk dalam jenis pariwisata ini adalah mengikuti

misi kesenian ke luar negeri atau untuk menyaksikan festival seni dan kegiatan budaya lainnya.

2) Wisata Pulih Sembuh (Kesehatan)

Seseorang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk sembuh dari suatu penyakit atau untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani. Objek wisata kesehatan adalah tempat peristirahatan, sumber air panas, sumber air mineral, dan fasilitas-fasilitas lain yang memungkinkan seorang wisatawan dapat beristirahat sambil berwisata.

3) Wisata Olahraga

Seseorang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mengikuti kegiatan olahraga, misalnya Olympiade, Thomas Cup, dan Sea Games.

4) Wisata Komersial (Wisata Bisnis)

Wisatawan yang masuk ke dalam jenis wisata ini adalah mereka yang melakukan perjalanan untuk tujuan yang bersifat komersial atau dagang. Misalnya, mengunjungi pameran dagang, pameran industri, pekan raya, dan pameran hasil kerajinan.

5) Wisata Politik

Yaitu perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian aktif dalam peristiwa kegiatan politik, seperti peringatan hari kemerdekaan Indonesia setiap 17 Agustus di Jakarta

dan parade tanggal 1 Oktober di Rusia memperingari Revolusi *Bolsjevic*.

6) Wisata Keagamaan

Yaitu perjalanan yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan peribadatan atau pemujaan terhadap Tuhan sebagai acara keagamaan, seperti perjalanan naik haji ke Mekkah bagi umat Islam, menunjungi Betlehem bagi umat Kristen, dan mengunjungi Borobudur bagi umat Budha.

7) Pariwisata Alam

Perjalanan wisata yang dilakukan dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam yaitu objek wisata yang menyuguhkan atraksi asli dari alam atau lingkungan pulau, pegunungan, laut, pantai, kekayaan fauna dan kekayaan flora.

8) Wisata Maritim (Marina) Atau Bahari

Wisata yang dikaitkan dengan kegiatan atau olahraga yang dilakukan di air (danau, bengawan, teluk atau laut) seperti memancing, berlayar, menyelam, berselancar, balapan mendayung dan lainnya.

9) Wisata Bulan Madu

Penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan, pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri

e. Kepuasan Wisatawan

Dalam Nugraha (2013: 35) beberapa pakar memberikan definisi terkait dengan kepuasan wisatawan diantaranya sebagai berikut :

1) Menurut Kotler

Kepuasan wisatawan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dampak yang dirasakan dibandingkan dengan apa yang harapkan sebelumnya.

2) Menurut Engel, *et. al.*,

Kepuasan wisatawan merupakan penilaian setelah mengeluarkan biaya dimana pilihan yang dipilih wisatawan setidaknya memberikan hasil yang sama atau melebihi harapan wisatawan, sedangkan ketidakpuasan terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan wisatawan.

3) Menurut Day

Kepuasan atau ketidakpuasan wisatawan merupakan reaksi wisatawan terhadap penilaian ketidaksesuaian atas apa yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelahnya.

Terdapat kesamaan dari beberapa definisi di atas terkait dengan kepuasan wisatawan. Umumnya harapan wisatawan merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang diterimanya apabila ia mengonsumsi suatu barang atau jasa. Kinerja yang dirasakan merupakan tafsiran

wisatawan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi barang atau jasa yang dibeli.

Secara garis besar, kepuasan wisatawan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima setidaknya harus sama atau bahkan melebihi harapan wisatawan.

Dalam Nugraha (2013:37), menurut Tjiptono faktor-faktor penyebab tidak terpenuhinya harapan wisatawan yaitu:

- 1) Wisatawan tidak mengkomunikasikan dengan baik tentang jasa yang diinginkannya.
- 2) Informasi rekomendasi yang tidak sesuai dari sumber ke sumber.
- 3) Informasi tentang pengelola wisata yang tidak sesuai disampaikan oleh pesaing.
- 4) Kinerja produsen (pengelola wisata) yang buruk .
- 5) Wisatawan keliru menafsirkan informasi tentang harga ataupun ketersediaan peralatan pengelola wisata.

2. *Travel Cost Method*

Travel cost method merupakan metode yang sering digunakan untuk mengestimasi suatu tempat wisata dengan mengkaji semua biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mendatangi tempat wisata tersebut. Biaya perjalanan dan waktu yang dihabiskan oleh pengunjung merupakan biaya untuk mengunjungi suatu tempat. Konsep ini bersumber pada kesediaan konsumen untuk membayar guna mendapatkan apa yang diinginkannya.

Metode ini sering digunakan dalam menilai suatu tempat wisata dan juga untuk mengukur perubahan nilai karena adanya perubahan karakteristik seperti perbaikan fasilitas ataupun sarana untuk menuju tempat wisata. Dalam menilai suatu tempat wisata metode ini mengamati biaya yang dikeluarkan sebagai harga yang harus dibayar untuk menikmati tempat tersebut. Data yang dikumpulkan dalam metode ini adalah biaya perjalanan, jumlah kunjungan, lama kunjungan dan karakter sosial ekonomi responden.

Meskipun pengunjung tidak dikenakan biaya secara langsung untuk memasuki suatu kawasan tempat wisata, pada umumnya pengunjung pasti mengeluarkan uang dalam melakukan kunjungan tersebut. Dengan demikian biaya kunjungan tersebut merupakan pengganti untuk menggambarkan penghargaan konsumen terhadap tempat wisata tersebut. Terdapat dua komponen utama dalam metode *travel cost*, yaitu biaya langsung, terkait dengan biaya untuk mengunjungi tempat wisata, dan biaya tidak langsung, yaitu nilai waktu yang digunakan pengunjung untuk mencapai suatu tempat wisata (Carson di dalam Rusni, 2017).

Metode *travel cost* dapat digunakan untuk mengukur manfaat dan biaya yang disebabkan oleh :

- a. Perubahan biaya akses (tiket masuk) bagi suatu tempat wisata.
- b. Penambahan tempat/wahana baru di tempat wisata.
- c. Penambahan kualitas lingkungan (fasilitas) di tempat wisata.
- d. Penutupan tempat wisata yang ada.

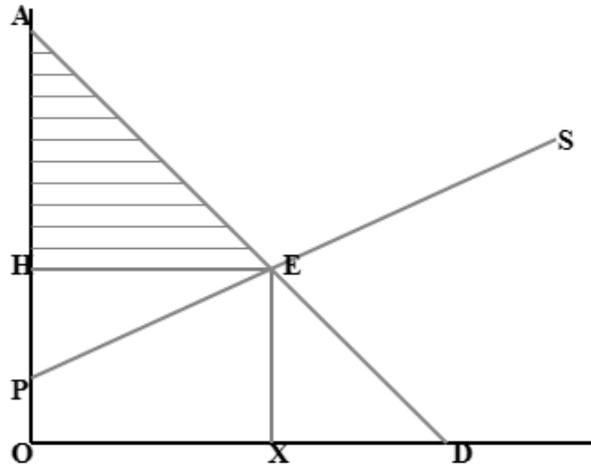
Pada dasarnya, prinsip kerja TCM cukup sederhana. Misalnya ingin mengetahui nilai sumber daya alam yang atraktif untuk rekreasi (misalnya pantai) yang terletak dalam suatu radius tertentu. Tujuan dasar TCM adalah ingin mengetahui nilai kegunaan (*use value*) dari sumber daya alam melalui pendekatan *proxy* (pengganti). Dengan kata lain, biaya yang dikeluarkan untuk mengkonsumsi barang ataupun jasa dari suatu sumber daya alam digunakan sebagai pengganti untuk menentukan harga dari sumber daya tersebut. Asumsi mendasar yang digunakan dalam pendekatan TCM adalah bahwa kepuasan dari setiap konsumen terhadap suatu aktivitas rekreasi bersifat *separable* (dapat dipisahkan). Artinya, fungsi permintaan suatu kegiatan rekreasi tidak dipengaruhi oleh permintaan kegiatan santai lainnya, misalnya bermain di taman, jalan-jalan sore, dan lain-lain.

3. *Willingness to pay*

Willingness to pay adalah kesediaan membayar seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam maupun sumber daya manusia sehingga dapat dijadikan tolak ukur seberapa besar tingkat keinginan konsumen terhadap barang ataupun jasa tersebut. Kemauan masyarakat untuk membayar (WTP) dapat menjadi acuan untuk menentukan tarif masuk yang diinginkan oleh pengunjung tempat wisata.

Willingness to pay lebih diartikan kepada keinginan ataupun kerelaan seseorang akan harga yang akan dibayarkan kepada suatu barang ataupun jasa. Konsumen sendiri yang akan menilai seberapa pantas harga suatu barang atau jasa jika dibandingkan dengan kegunaan, manfaat ataupun

kepuasan yang didapat oleh konsumen dari barang maupun jasa yang ditawarkan tersebut.



Gambar 2.1 Kurva Surplus Konsumen

Sumber : Sudarsono (1995), Pengantar Ekonomi Mikro

Keterangan :

H = Harga pasar

A = Harga tertinggi yang bersedia dibayarkan oleh Konsumen

P = Harga terendah yang bersedia ditawarkan Produsen

AEH = Surplus Konsumen

PEH = Surplus Produsen

Konsep yang sering digunakan dalam WTP adalah seberapa besar perbandingan antara manfaat yang didapat dengan pengeluaran biaya untuk memperoleh barang ataupun jasa. Menurut Perloff (dalam Nufus, 2011:22), setiap konsumen selalu berusaha untuk memaksimumkan kepuasannya dengan pendapatan tertentu dan ini akan menentukan jumlah permintaan

barang atau jasa yang diinginkan (*willingness to buy or willingness to pay*) oleh konsumen pada harga tertentu dan waktu tertentu.

Konsep WTP terkait erat dengan konsep *Compensating Variation* (CV) dan *Equivalent Variation* (EV) dalam permintaan karena keinginan seseorang untuk membayar, akibat adanya kerusakan atau akibat adanya peningkatan jumlah manfaat yang diperoleh.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian atas “Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Karang Sari Carita dengan Pendekatan *Non-Market Value* : Aplikasi *Travel Cost* dan *Contingent Valuation Method*” tahun 2011, yang dilakukan oleh Hayatun Nufus bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai wisata Pantai Karang Sari Carita dan mengestimasi nilai wisata Pantai Karang Sari Carita. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan metode *Old Least Square* (OLS). Data yang digunakan adalah data primer melalui wawancara terstruktur menggunakan kuesioner, dan data sekunder yang diperoleh dari sumber terkait yang berhubungan dengan penelitian. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara random dan tidak terstruktur dengan 100 orang responden, akan tetapi survei yang berhasil dilakukan hanya 49 orang responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Pantai Karang Sari Carita pada derajat kebebasan 5% terdiri atas, biaya perjalanan berpengaruh negatif dan tidak

signifikan, pendapatan berpengaruh positif dan signifikan, lamanya pendidikan berpengaruh positif dan tidak signifikan, *dummy* alamat tempat tinggal berpengaruh negatif dan signifikan, *dummy* persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2016) dengan judul “*Willingness To Pay (WTP) Masyarakat DIY terhadap Obyek Wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka*”, faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan responden untuk membayar adalah pendidikan, pendapatan dan jarak, sedangkan faktor usia tidak mempengaruhi. Dari hasil penelitian, besaran nilai *willingness to pay* pengunjung adalah sebesar Rp 19.614,00 per orang. Penelitian ini menggunakan pendekatan CVM (*contingen valuation method*) dan alat analisisnya adalah regresi linier berganda.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2013) berjudul “Analisis *Willingness To Pay* Pengunjung Objek Wisata Taman Jurug Kota Surakarta”. Dalam penelitian tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan reponden untuk membayar adalah asal daerah, pendapatan keluarga, lama waktu berwisata, fasilitas umum dan pelayanan petugas, kondisi hewan dan tumbuhan, keadaan lingkungan, dan info adanya hiburan tambahan berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung objek wisata Taman Jurug Surakarta. Alat analisis yang digunakan adalah Uji Chi Square dengan program SPSS.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2012) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness To Pay* Perbaikan Kualitas Lingkungan Desa-Desa Wisata di Kabupaten Sleman Paska Erupsi Merapi”. Dalam penelitiannya faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan responden untuk membayar adalah usia (berpengaruh positif), pendidikan (berpengaruh negatif), pendapatan (berpengaruh positif), dan jumlah tanggungan (berpengaruh negatif). Penelitian ini menggunakan metode CVM dengan analisis regresi linear berganda.

Penelitian yang dilakukan oleh Sasmi (2016) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness To Pay* Pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara Menggunakan *Contingent Valuation Method* (CVM)”. Hasil penelitiannya menyatakan besaran *willingness to pay* pengunjung pantai goa cemara dari 146 responden totalnya adalah sebesar Rp 1.413.000,00 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 9.678,00. Dan faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah usia (berpengaruh positif), pendidikan terakhir (berpengaruh negatif), dan tingkat pendapatan (berpengaruh positif).

Penelitian yang dilakukan oleh Prihardi (2015) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness Top Pay* Perbaikan Kualitas Lingkungan Kawasan Wisata Dieng di Kabupaten Wonosobo dan Kabupaten Banjarnegara Studi Kasus Musium Purbakala Kaliasa; Pendekatan *Contingent Valuation Method*”. Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi

WTP adalah jenis kelamin, frekuensi kunjungan, lama kunjungan, lama pendidikan dan umur.

Penelitian yang dilakukan oleh Pantari (2016) dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Willingness To Pay* untuk Perbaikan Kualitas Lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta : Pendekatan *Travel Cost Method* dan *Contingent Valuation Method*”. Penelitian tersebut menggunakan alat analisis berupa regresi linear berganda. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan adalah biaya perjalanan, usia, dan fasilitas, sedangkan yang mempengaruhi WTP adalah tingkat penghasilan dan frekuensi kunjungan. Adapun besaran *willingness to pay* pengunjung dari 110 reponden rata-rata sebesar Rp. 28.671,82.

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penulis, Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Hayatun Nufus, 2011, Valuasi Ekonomi Wisata Pantai Karang Sari Carita dengan Pendekatan <i>Non-Market Value</i> : Aplikasi <i>Travel Cost</i> dan <i>Contingent Valuation Method</i> .	Analisis regresi linear berganda dengan metode <i>Old Least Square</i> (OLS)	Faktor yang berpengaruh : pendapatan, <i>dummy</i> alamat tempat tinggal, dan <i>dummy</i> persepsi kualitas. Faktor yang tidak berpengaruh : biaya perjalanan dan lama pendidikan.	Lokasi penelitian dan variabel penelitian (<i>dummy</i> alamat tempat tinggal, <i>dummy</i> persepsi kualitas, lama pendidikan, frekuensi, dan durasi).
2.	Amelia Nungki Kusuma Dewi, 2016, <i>Willingness To Pay</i> (WTP) Masyarakat DIY terhadap Obyek Wisata Kebun Raya dan Kebun	Analisis regresi linear berganda dengan pendekatan <i>Contingent Valuation</i>	Faktor yang mempengaruhi : pendidikan, pendapatan dan jarak. Faktor yang tidak	Lokasi penelitian, variabel penelitian (pendidikan, jarak, usia,

	Binatang Gembira Loka.	<i>Method</i> (CVM).	mempengaruhi : usia.	frekuensi, durasi, dan biaya) dan metode penelitian.
3.	Anjar Nugraha, 2013, Analisis <i>Willingness To Pay</i> Pengunjung Objek Wisata Taman Jurug Kota Surakarta.	Analisis Uji Chi Square	Faktor yang mempengaruhi : asal daerah, pendapatan keluarga, lama waktu berwisata, fasilitas umum dan pelayanan petugas, kondisi hewan dan tumbuhan, keadaan lingkungan, dan info adanya hiburan tambahan.	Lokasi penelitian, variabel penelitian (asal daerah, fasilitas umum dan pelayanan petugas, kondisi hewan dan tumbuhan, keadaan lingkungan, info adanya hiburan tambahan, frekuensi, dan biaya) dan metode penelitian.
4.	Nugroho Joko Prasetyo, 2012, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness To Pay</i> Perbaikan Kualitas Lingkungan Desa-Desa Wisata di Kabupaten Sleman Pasca Erupsi Merapi.	Analisis regresi linear berganda dengan pendekatan <i>Contingent Valuation Method</i> (CVM).	Faktor yang mempengaruhi : usia, pendidikan, pendapatan, dan jumlah tanggungan.	Lokasi penelitian, dan variabel penelitian (usia, pendidikan, jumlah tanggungan, frekuensi, durasi dan biaya).
5.	Novia Anisa Sasmi, 2016, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness To Pay</i> Pengunjung Objek Wisata Pantai Goa Cemara Menggunakan <i>Contingent Valuation Method</i> (CVM).	Pendekatan <i>Contingent Valuation Method</i> (CVM).	Faktor yang mempengaruhi : usia, pendidikan terakhir dan tingkat pendapatan.	Lokasi penelitian, variabel penelitian (usia, pendidikan terakhir, frekuensi, durasi dan biaya) dan metode penelitian.
6.	Damar Yoga Prihardi, 2015, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness To Pay</i>	Analisis regresi linear berganda dengan pendekatan	Faktor yang mempengaruhi : jenis kelamin, frekuensi kunjungan,	Lokasi penelitian, variabel penelitian (jenis

	Perbaikan Kualitas Lingkungan Kawasan Wisata Dieng di Kabupaten Wonosobo dan Kabupaten Banjarnegara Studi Kasus Musium Purbakala Kaliasa; Pendekatan <i>Contingent Valuation Method</i> .	<i>Contingent Valuation Method (CVM)</i> .	lama kunjungan, lama pendidikan dan umur.	kelamin, lama pendidikan, umur, pendapatan dan biaya) dan metode penelitian.
7.	Ery Dwi Pantari, 2016, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Willingness To Pay</i> untuk Perbaikan Kualitas Lingkungan Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta : Pendekatan <i>Travel Cost Method</i> dan <i>Contingen Valuation Method</i> .	Analisis regresi linear berganda dengan pendekatan <i>Travel Cost Method</i> dan <i>Contingen Valuation Method</i> .	Faktor yang mempengaruhi frekuensi kunjungan : biaya perjalanan, usia dan fasilitas. Faktor yang mempengaruhi WTP : tingkat penghasilan dan frekuensi kunjungan.	Lokasi penelitian dan variabel penelitian (usia, fasilitas, dan durasi kunjungan).

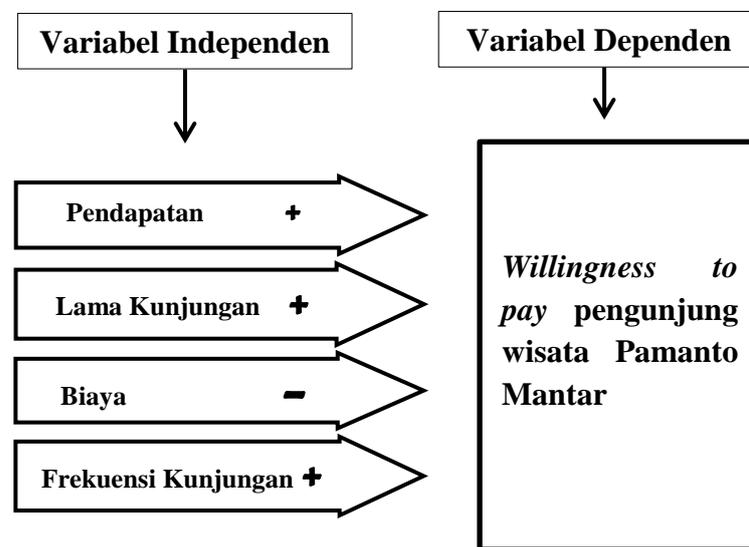
C. Hipotesis

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang di ajukan pada penelitian ini adalah :

1. Variabel pendapatan diduga berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* pengunjung obyek wisata Pamanto Mantar.
2. Variabel lama kunjungan diduga berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* pengunjung obyek wisata Pamanto Mantar.
3. Variabel biaya rekreasi diduga berpengaruh negatif terhadap *willingness to pay* pengunjung obyek wisata Pamanto Mantar.
4. Variabel frekuensi kunjungan diduga berpengaruh positif terhadap *willingness to pay* pengunjung obyek wisata Pamanto Mantar.

D. Model Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyusun kerangka pemikiran berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *willingness to pay* pengunjung wisata Pamanto Mantar, yang disusun seperti gambar berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Model Penelitian