

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Psikografi Pengunjung**

Psikografi merupakan salah satu dasar untuk memprediksi preferensi, intensi dan perilaku pengunjung dalam melakukan perjalanan yang banyak digunakan, pengembangan dari beraneka ragam literatur sejak tahun 1980an yang melengkapi penggunaan kriteria segmentasi seperti demografi dan geografi. Dimensi yang saling terkait dalam cakupan psikografi meliputi sikap, nilai-nilai, motivasi dan gaya hidup (Galloway, 2002; Weaver, 2012).

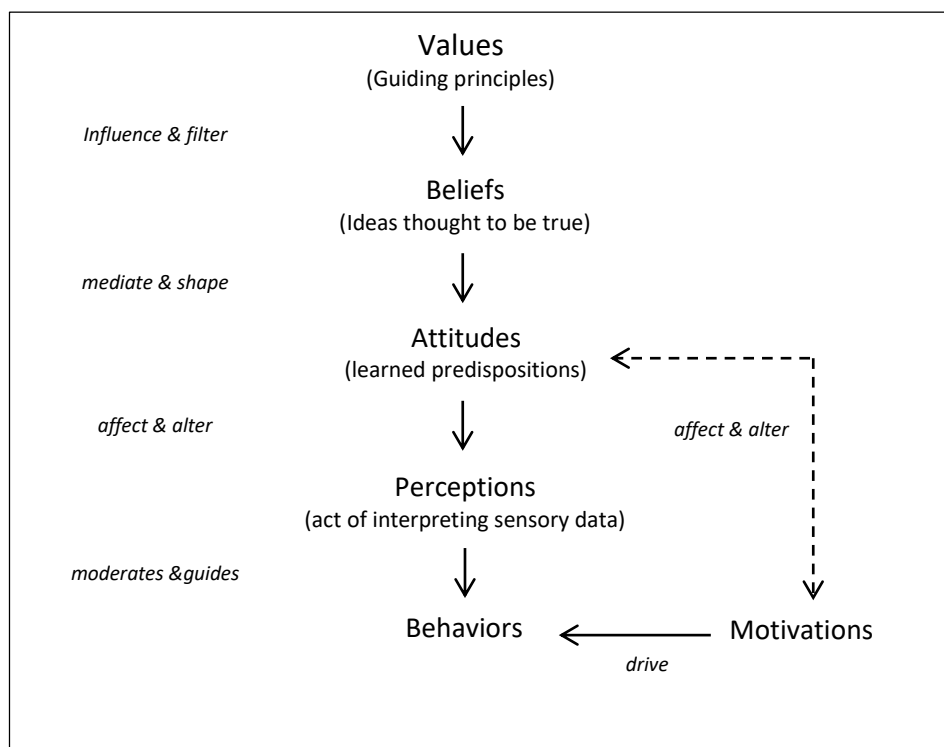
Sementara itu The Association for Qualitative Research (AQR) menjelaskan bahwa psikografi merupakan sebuah cara menggambarkan orang yang memiliki kesamaan persepsi atau pandangan terhadap sesuatu yang relevan dengan penerima jasa, yang mungkin atau tidak berhubungan dengan demografi. Jadi, orang-orang dengan perbedaan usia, kelompok sosial atau tingkat kehidupan dapat berbagi pendekatan petualangan (The Association for Qualitative Research, 2016).

Segmentasi Psikografi yaitu pasar dibagi berdasarkan kelompok sosial, karakteristik kepribadian, dan cara hidup. Jadi dalam segmentasi Psikografi yang menjadi acuan adalah konsep pribadi dan cara hidup wisatawan tersebut (Ginting et al., 2015).

Penelitian Psikografis memberikan pemahaman tentang wisatawan dengan melihat kegiatan, sikap, minat, opini, persepsi, kebutuhan dan rutinitas kehidupan sehari-hari, atau dengan kata lain karakteristik gaya hidup (Gladwell, 1990). Mayo and Jarvis dalam Gladwell (1990) menyatakan bahwa karakteristik gaya hidup mencerminkan kepribadian dan berpendapat bahwa studi karakteristik tersebut dapat menjelaskan lebih banyak tentang perilaku konsumen dibanding alat pengukur psikologi klinis. Penggunaan aspek psikografis dapat memberikan profil rinci dari konsumen (wisata), yang memungkinkan pemasar atau penjual untuk memvisualisasikan pengunjung yang menjadi target pasar (Gladwell, 1990). Dimensi yang saling berkaitan yang berada dalam kajian psikografi mencakup sikap, nilai, minat, motivasi, gaya hidup dan kepribadian (Weaver, 2012).

Salah satu pengelolaan berupa pengembangan objek ekowisata melalui persepsi berupa karakter pasar yang berkaitan dengan persepsi pengunjung terhadap komponen objek wisata yang termasuk aspek psikografi yang di dalamnya terdapat motivasi, persepsi, ekspektasi dan preferensi pengunjung terhadap jenis dan produk wisata (Sunaryo, 2013).

Persepsi dan motivasi dapat mempengaruhi perilaku pengunjung untuk melakukan kegiatan wisata di taman nasional. Hal ini digambarkan oleh (Rossi et al., 2015) dalam sebuah model konseptual secara hirarki faktor-faktor yang memediasi perilaku pengunjung dalam mengunjungi kawasan taman nasional.



Gambar 2.1 Hirarki faktor yang memediasi perilaku pengunjung ke taman nasional  
Sumber : (Rossi et al., 2015)

### ***Push-pull framework***

Motivasi yang mendasari perilaku pengunjung dapat dijelaskan dengan menggunakan pendekatan *push-pull framework* (Dann, 1977; Klenosky, 2002). Kerangka teoretis *push-pull framework* adalah teori yang populer untuk menjelaskan alasan mengapa wisatawan memutuskan untuk mengunjungi satu destinasi dibanding tempat lain, jenis pengalaman yang ingin mereka dapatkan dan

jenis aktivitas yang ingin mereka lakukan (Prayag & Hosany, 2014). Dalam membahas perilaku dalam berwisata, pendekatan dengan framework ini mudah digunakan dan sangat efektif (Chen & Chen, 2015).

Dorongan psikologis termasuk salah satu faktor pendorong seperti interaksi sosial, keinginan untuk lepas dari aktivitas rutin, petualangan, relaksasi, dan eksplorasi diri (Chen & Chen, 2015). Faktor pendorong (*push factor*) merupakan hal yang mendasari dan mengarahkan perilaku seseorang dalam melakukan perjalanan (Prayag & Hosany, 2014). Faktor penariknya (*pull factor*) adalah kualitas pengaturan dan pelayanan yang menarik mereka untuk melihat atraksi atau destinasi tertentu (Prayag, 2010).

## **2.2. Persepsi Pengunjung**

Persepsi adalah proses pemaknaan terhadap stimulus. Jika stimulusnya berupa benda disebut persepsi objek dan jika stimulusnya berupa manusia disebut persepsi sosial (Rahman, 2014). Persepsi merupakan salah satu peristiwa kejiwaan pada manusia, serta memiliki 2 aspek yaitu kognisi dan afeksi (Pramitasari et al., 2011). Kognisi, berhubungan dengan pengenalan, yakni merupakan representasi apa yang diyakini atau dipercayai oleh tiap individu. Sedangkan afeksi, berhubungan dengan perasaan, yakni merupakan perasaan yang dimiliki oleh tiap individu tentang suatu hal.

Persepsi pengunjung diperlukan untuk memprediksi dampak dari tindakan-tindakan tertentu atau untuk memberikan saran berguna tentang cara meningkatkan fasilitas yang ada. Pengembangan destinasi wisata salah satunya menggunakan pendekatan persepsi/karakter pasar yang berhubungan dengan persepsi wisatawan terhadap komponen destinasi wisata (Sunaryo, 2013).

Persepsi dari pelaku ekowisata diperlukan untuk mengetahui dan memprediksi dampak dari suatu kegiatan atau untuk memberikan masukan dan saran yang berguna untuk meningkatkan kualitas sarana prasarana yang ada atau dengan membuat sarana prasarana baru (Spanou et al., 2012). Menurut Cherry (2013), persepsi adalah pengalaman seseorang yang berkaitan dengan perasaan yang melibatkan antara pengalaman yang berasal dari stimulant lingkungan serta

diikuti tindakan yang dilakukan sebagai respon atau jawaban dari stimulant tersebut. Persepsi secara sempit diartikan sebagai penglihatan atau cara seseorang melihat suatu hal, sedangkan dalam arti luas adalah sudut pandang seseorang dalam memandang atau mengartikan sesuatu hal (Leavitt, 1997).

Menurut Robbins (1996), yang mempengaruhi persepsi antara lain: (1) pelaku persepsi, yaitu seseorang yang melihat suatu yang dilihatnya dan berupaya untuk menafsirkan hal yang dilihatnya tersebut, penafsiran itu dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku persepsi, yang meliputi sikap, motif, suasana hati, pengalaman dan prestasi sebelumnya dan pengharapan; (2) target yang akan dilihat, yang berkaitan dengan karakteristik target yang dapat mempengaruhi hal yang dipersepsikan; (3) situasi, yaitu unsur yang ada di lingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi persepsi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk mengunjungi satu destinasi diantaranya sikap terhadap lokasi tersebut, tanggapan dari kerabat dan teman, pengalaman perjalanan sebelumnya dan keterbatasan waktu dan anggaran. Dari perspektif pariwisata, Darnell dan Johnson (2001) menemukan bahwa tingkat kepuasan memunculkan intensi untuk kembali ke destinasi tersebut (Lai et al., 2010).

Persepsi diperlukan dalam menyampaikan hubungan antara taman nasional, masyarakat lokal, wisatawan, dan kebutuhan konservasi. Persepsi bertujuan menciptakan penghargaan dan perhatian wisatawan terhadap nilai-nilai konservasi atau peninggalan budaya (Fandeli & Nurdin, 2005).

Persepsi positif atau ekspresi kesenangan yang didapat oleh pengunjung dari sebuah kunjungan merupakan bentuk kepuasan pengunjung terhadap suatu destinasi wisata (Pouta, 2010). Hal ini dapat dilihat dari kriteria utama kepuasan terdiri dari beberapa karakteristik umum (Arabatzis & Grigoroudis, 2010) :

1. Personil. Kriteria ini mengacu pada layanan yang disediakan oleh staf taman nasional dan mengandung subkriteria berikut: pengetahuan, layanan (akurasi, kecepatan), komunikasi dengan pengunjung, dan kesopanan.
2. Karakteristik alam. dimensi ini terkait dengan karakteristik fisik taman nasional termasuk flora dan faunanya serta pemandangan alamnya.

3. **Infrastruktur.** Kriteria kepuasan utama ini mengacu sebagian besar untuk infrastruktur yang dikembangkan dalam Taman Nasional. Terdiri dari jalan setapak, asrama yang tersedia, pusat informasi, dan tempat pengamatan burung. Selain itu, terdapat akses pendukung (jaringan jalan yang tersedia menuju Taman Nasional), serta kondisi jalan dalam Taman Nasional.
4. **Fasilitas rekreasi.** Kriteria ini menyangkut semua fasilitas rekreasi yang tersedia di kawasan taman nasional, seperti kursi, lokasi pengamatan, kios, piknik, toilet, dan tempat sampah.
5. **Informasi-Komunikasi.** Dimensi kepuasan Hal ini terutama terkait dengan informasi yang diberikan kepada pengunjung melalui papan informasi yang tersedia, penanda jalur, dan peta. termasuk material yang dapat dibeli pengunjung (seperti foto, CD/DVD, cinderamata, dan lain-lain).

Menurut Bowen & Clarke (2002), berdasarkan tinjauan literatur, komponen dari kepuasan pengunjung antara lain ekspektasi (harapan); kinerja (kinerja semua sektor : pengelola, staf pelayanan, pengunjung baik individu maupun dalam grup, dan masyarakat lokal); diskonfirmasi harapan (perbedaan antara harapan dan kinerja); atribusi (pertimbangan lokus); keamanan (stabilitas); pengaturan oleh pengelola, emosi (seperti takut, kaget) dan keadilan (rasa keadilan).

### **2.3. Motivasi Pengunjung**

Motivasi dipahami sebagai kekuatan yang mendasari bangkitnya dan langsung mempengaruhi perilaku (Beh & Bruyere, 2007). Motivasi muncul ketika seseorang ingin memenuhi suatu kebutuhan (Gundersen et al., 2015).

Motivasi umumnya berkaitan dengan faktor pendorong dan penarik (*'push' and 'pull' factors*) yang mempengaruhi perilaku pengunjung. Faktor pendorong merupakan konstruk sosio-psikologis pengunjung yang mempengaruhi mereka dengan motivasi mereka sendiri untuk mengunjungi sebuah atraksi atau tujuan (kedamaian, kesendirian, merasakan hal yang baru, dll). Sedangkan faktor penarik meliputi kualitas pengaturan yang menarik mereka ke sebuah atraksi atau tujuan tertentu (Gundersen et al., 2015).

Diawal penelitian eksplorasi tentang motivasi wisata untuk berlibur, mengidentifikasi beberapa dimensi motivasi dasar. Diantaranya sosio-psikologi, prestise, budaya, sosial, edukasi, dan manfaat. Penelitian selanjutnya menyederhanakan jumlah dari motivasi menjadi empat domain umum yaitu lingkungan atau iklim (*environment or climate*), relaksasi atau pelarian (*relaxation or escape*), petualangan (*adventure*), dan pribadi (*personal*) ( Bansal & Eiselt, 2004; Beh & Bruyere, 2007).

Motivasi ini secara singkat dijelaskan oleh Bansal & Eiselt (2004) sebagai berikut :

- Lingkungan atau iklim (*Environment or Climate*) merupakan istilah dalam arti yang luas. Keinginan untuk sementara, pindah ke iklim yang kering dan hangat. Tujuan yang lingkungan fisiknya berbeda dari lingkungan normal pengunjung.
- Relaksasi (*Relaxation*) adalah meluangkan waktu untuk melakukan kegiatan yang menarik, termasuk aktifitas olahraga dari golf hingga *scuba diving*. Katogeri ini termasuk motif untuk keluar dari aktifitas rutin harian, menikmati waktu dan pengalaman romantis.
- Petualangan (*Adventure*), merupakan motif sosial sosial budaya untuk mencari hal yang baru dan keingintahuan, termasuk diantaranya untuk melihat kebudayaan yang berbeda di masyarakat dan pemandangan tertentu tertentu. Dari semua peneliti, petualangan adalah sebuah motif budaya yang memberikan daya tarik, berlawanan dengan perubahan sementara dari lingkungan yang menjadi faktor pendorong iklim.
- Pribadi (*Personal*), alasan pribadi termasuk prestise, nostalgia, meningkatkan hubungan kekerabatan, eksplorasi dan evaluasi diri, dan fasilitasi dari interaksi sosial. Kategori ini termasuk mengunjungi keluarga dan silsilah (kekerabatan).

#### **2.4. Intensi Berkunjung Kembali**

Intensi adalah kesungguhan niat seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu (Wijaya, 2008). Intensi pengunjung untuk berkunjung kembali ke suatu daerah dapat ditentukan oleh penyediaan layanan wisata dan semua aspek yang mendasari pengunjung ke suatu wilayah. Ketertarikan

ke suatu tempat sangat berkaitan dengan persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan (Hailu et al., 2005; Pouta, 2010).

Intensi untuk berkunjung dapat dijelaskan oleh dua faktor yaitu berhubungan dengan karakteristik individu pengunjung termasuk daya tarik lokasi dan kaitan dengan pelayanan yang diberikan dan kualitas yang dirasakan pengunjung. Walaupun beberapa penelitian sebelumnya fokus pada efek gabungan dari daya tarik lokasi dan kualitas pelayanan terhadap intensi berkunjung (Pouta, 2010).

Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk mengunjungi satu destinasi diantaranya sikap terhadap lokasi tersebut, tanggapan dari kerabat dan teman, pengalaman perjalanan sebelumnya dan keterbatasan waktu dan anggaran. Dari perspektif pariwisata, Darnell dan Johnson (2001) menemukan bahwa tingkat kepuasan memunculkan intensi untuk kembali ke destinasi tersebut (Lai et al., 2010).

Persepsi positif atau level ekspresi kesenangan yang diperoleh dari sebuah kunjungan merupakan bentuk dari kepuasan pengunjung. Hal tersebut akan membuat pengunjung tertarik untuk berkunjung kembali ke lokasi tersebut dimasa yang akan datang (Pouta, 2010).

## **2.5. Taman Nasional**

The International Union for Conservation of Nature (IUCN) mendefinisikan taman nasional sebagai area alami di daratan dan/ atau lautan yang ditunjuk untuk melindungi integritas ekologis dari satu atau lebih ekosistem untuk generasi sekarang dan yang akan datang; melarang eksploitasi dan okupasi yang bertentangan dengan tujuan peruntukkan kawasan dan; memberikan keuntungan untuk kegiatan spiritual, ilmu pengetahuan, pendidikan, rekreasi dan peluang pengunjung wisata yang semuanya itu harus sesuai dengan lingkungan dan budaya setempat. (IUCN, 2008)

Taman nasional masuk kedalam kategori II kawasan konservasi IUCN yang merupakan area perlindungan yang dikelola dengan fungsi utama untuk konservasi spesies dan jenis habitat yang kaya serta untuk rekreasi. Prinsip pokok pengertian taman nasional adalah (IUCN, 2008):

1. Suatu area yang memiliki keunikan yang tinggi nilai keberadaan jenis yang dikonservasi, layanan ekosistem, type habitat, bentangan alam yang menarik, pemandangan yang indah, budaya/ tradisi masyarakat yang menarik.
2. Area yang luas cukup untuk menjamin kesendirian atau dengan dukungan tambahan dari sebuah jaringan kawasan lindung lainnya yang telah ditetapkan.
3. Konservasi dari kelangsungan hidup dan dinamika lingkungan alam dari keanekaragaman hayati yang sesuai dengan tujuan rancangan keruangan alam dan skala sementara di atas.

MacKinnon et al., (1993) mendefinisikan taman nasional sebagai kawasan yang diperuntukkan bagi perlindungan kawasan alami dan pemandangan indah serta memiliki nilai bagi pemanfaatan ilmiah, pendidikan dan rekreasi. Fungsi utama taman nasional adalah :

1. Menjaga keseimbangan ekosistem dan melindungi sistem penyangga kehidupan
2. Melindungi keanekaragaman jenis dan mengupayakan manfaat sebagai sumber plasma nutfah
3. Menyediakan sarana penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan, pendidikan dan latihan
4. Memenuhi kebutuhan sarana wisata alam dan melestarikan budaya setempat
5. Merupakan bagian dari pengembangan daerah setempat.

Menurut Undang-Undang No.5 tahun 1990 tentang konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya, taman nasional adalah sebagai kawasan pelestarian alam yang mempunyai ekosistem asli, dikelola dengan sistem zonasi yang dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan menunjang budidaya, pariwisata dan rekreasi. Taman nasional dikelola dengan sistem zonasi untuk mengatur keruangan di dalam kawasan taman nasional menjadi zona-zona pengelolaan.

Taman nasional di Indonesia dikelola oleh Unit Pelaksana Teknis Balai/Balai Besar Taman Nasional yang secara struktur organisasinya di bawah wewenang Direktorat Jenderal Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistem, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Dasar pengelolaan taman nasional di



Indonesia berlandaskan Peraturan Menteri KLHK No.P.18/MenLHK-II/2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Selanjutnya, Peraturan Menteri Kehutanan No. P.56/Menhut-II/2006 tentang Pedoman Zonasi Taman Nasional. Zona taman nasional adalah wilayah di dalam kawasan taman nasional yang dibedakan menurut fungsi dan kondisi ekologis, sosial, ekonomi dan budaya masyarakat. Lebih lanjut, zona dalam kawasan taman nasional terdiri dari: (a) zona inti, (b) zona rimba; zona perlindungan bahari untuk wilayah perairan, (c) zona pemanfaatan, (d) zona lain (zona tradisional, rehabilitasi, religi, budaya, sejarah dan zona khusus). Zonasi di dalam kawasan taman nasional yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan ekowisata terbatas berada di zona rimba. Sedangkan, untuk zona yang dapat dilakukan kegiatan pemanfaatan dan pengembangan ekowisata berada di zona pemanfaatan.

Pengembangan pariwisata di taman nasional saat ini lebih dimaksudkan sebagai upaya untuk mendukung misi konservasi hutan berikut keanekaragaman hayatinya. Pengembangan pariwisata hutan juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat lokal yang berada di dalam dan sekitar kawasan sehingga lebih sejahtera. Dengan adanya pariwisata di taman nasional dapat memberikan manfaat kelestarian lingkungan disamping manfaat ekonomi kepada masyarakat lokal dengan berkurangnya tekanan terhadap sumberdaya hutan yang dieksploitasi karena sudah tergantikan dengan aktifitas pariwisata. Selain itu, masyarakat dengan sendirinya akan sadar dan menjaga kelestarian lingkungan untuk mempertahankan ekonominya berdasarkan aktifitas pariwisata di daerahnya.

## **2.6. Ekowisata di Taman Nasional**

Ekowisata merupakan istilah yang besar dalam pariwisata. Sejak definisi tersebut dipublikasikan awal tahun 1996 oleh Hector Ceballos Lascurain, ekowisata telah berkembang dan membawa peningkatan ekonomi khususnya di negara berkembang, dengan sumberdaya alam yang masih alami termasuk budaya dan destinasi yang unik (Samdin & Aziz, 2015).

The International Ecotourism Society/TIES (2015) mendefinisikan ekowisata sebagai perjalanan wisata yang bertanggungjawab ke daerah-daerah

alami dengan cara mengkonservasi lingkungan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, dan melibatkan interpretasi dan pendidikan antara pengelola dan pengunjung. Lebih lanjut, World Conservation Union (WCU) dalam Nugroho, (2011) memaparkan bahwa, ekowisata merupakan perjalanan wisata ke wilayah – wilayah yang lingkungan alamnya masih asli, dengan menghargai warisan budaya dan alamnya, mendukung upaya konservasi, tidak menghasilkan dampak negatif, dan memberikan keuntungan sosial ekonomi serta menghargai partisipasi penduduk lokal.

Menurut Fandeli (2000), pariwisata dapat dikembangkan di dalam kawasan-kawasan yang dilindungi seperti taman nasional, cagar alam dan kawasan sejenisnya dengan prinsip pariwisata yang berkelanjutan (ekowisata). Prinsip ini diharapkan mampu mempertahankan lingkungan, sosial budaya, ekonomi masyarakat lokal, kawasan dan negara melalui Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP).

Ekowisata merupakan salah satu bentuk kegiatan minat khusus. Bentuknya yang khusus ini menjadikan ekowisata sering diposisikan sebagai lawan dari wisata massal. Berbeda dengan wisata konvensional, ekowisata merupakan kegiatan wisata yang menaruh perhatian besar terhadap kelestarian sumber daya pariwisata (Damanik & Weber, 2006).

Penyelenggaraan ekowisata di taman nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya, dan Taman Wisata Alam. Di dalam PP No. 36 Tahun 2010 mengamanatkan penyelenggaraan pengusahaan pariwisata alam di taman nasional dilaksanakan dengan memperhatikan : konservasi sumberdaya alam hayati dan ekosistemnya; kemampuan untuk mendorong dan meningkatkan perkembangan ekonomi dan Sosial; nilai-nilai agama, adat istiadat, pandangan, dan nilai-nilai yang hidup di dalam masyarakat; kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup; kelangsungan pengusahaan pariwisata alam itu sendiri; dan memperhatikan keamanan dan ketertiban masyarakat.

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 33 tahun 2009 tentang pedoman pengembangan ekowisata di daerah memberikan pengertian ekowisata sebagai kegiatan wisata alam di daerah yang bertanggung jawab dengan memperhatikan unsur pendidikan, pemahaman dan dukungan terhadap upaya konservasi sumberdaya alam serta meningkatkan kesejahteraan melalui pendapatan masyarakat lokal.

Kawasan taman nasional merupakan sebuah objek ekowisata yang sangat menarik untuk dilakukannya aktifitas ekowisata dan aktifitas pariwisata yang disesuaikan dengan lingkungan yang alami. Sehingga, pengelolaan taman nasional dalam menyelenggarakan ekowisata memberikan kesempatan kepada pengunjung dengan kepastian untuk berpartisipasi dalam melaksanakan aktifitas wisata yang diinginkannya dan dengan kesadaran untuk mempertahankan lingkungan objek ekowisata tersebut (Fandeli & Nurdin, 2005).

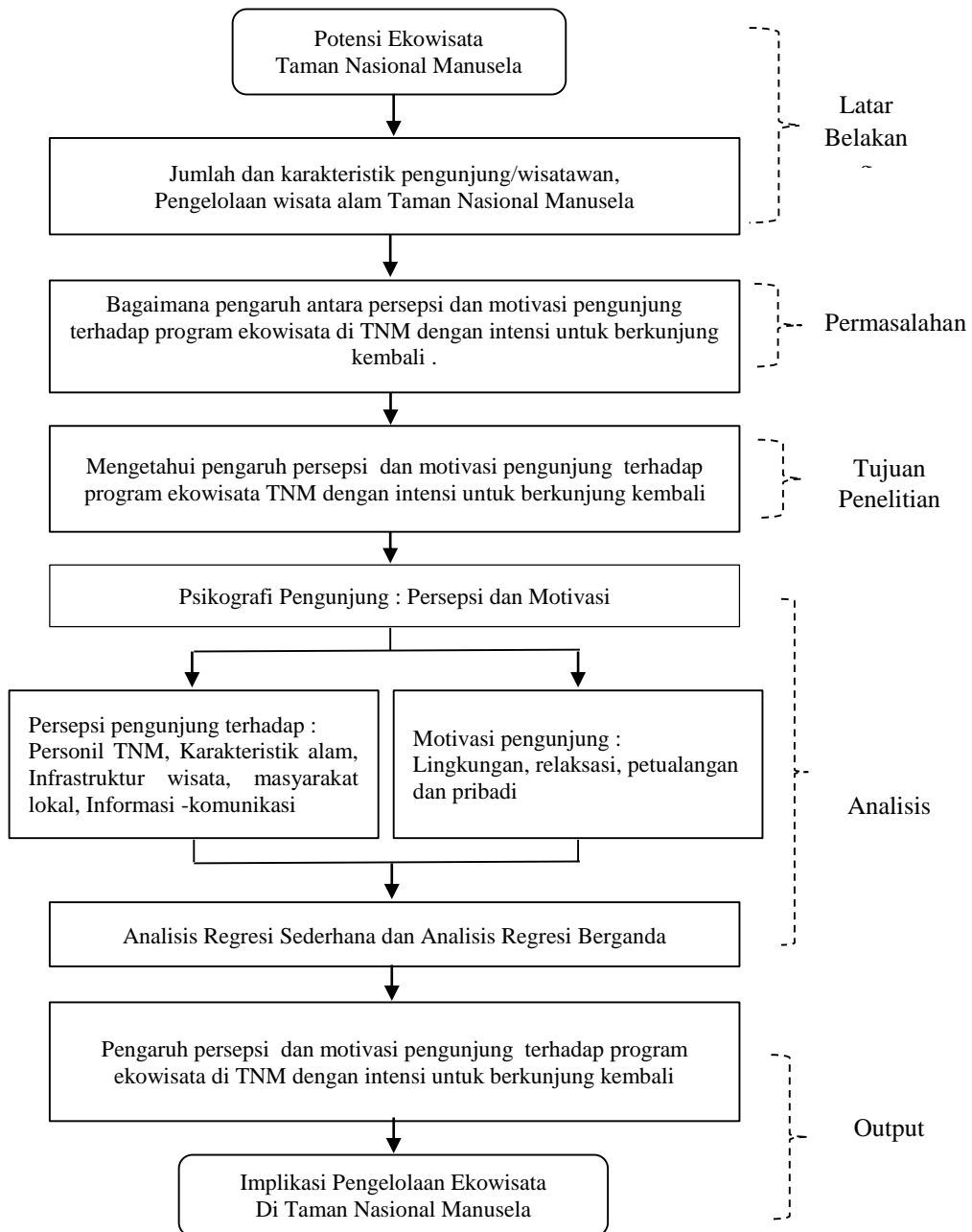
Taman nasional Manusela (TNM) merupakan salah satu kawasan konservasi yang berada di Provinsi Maluku sebagai perwakilan ekosistem di kawasan Wallacea. Potensi keanekaragaman hayati baik flora maupun fauna yang ada dalam kawasan Taman Nasional Manusela memiliki nilai daya tarik yang kompetitif untuk dikembangkan sebagai objek daya tarik ekowisata (Latupapua, 2013).

Pesona alam yang dimiliki kawasan TNM merupakan magnet bagi wisatawan lokal dan mancanegara untuk berwisata dan menikmati keindahan alam yang ada, dan tentunya kehidupan masyarakat sekitar yang memiliki peninggalan adat dan budaya khas pulau Seram. Salah satu pesona alam yang banyak dikunjungi adalah Gunung Binaya. Dalam konsep *Seven Summit Indonesia*, Puncak Gunung Binaya yang berada di dalam kawasan Taman Nasional Manusela dengan ketinggian 3027 mdpl merupakan salah satu puncak dari 7 (tujuh) puncak tertinggi di tujuh Pulau/Kepulauan besar di Indonesia (Agustin, 2015). Selain disugahi pemandangan dari puncak tertinggi di Kepulauan Maluku dan *track* yang menantang, pendaki juga dapat melihat perubahan tipe ekosistem mulai dari hutan dataran rendah hingga hutan lumut.

## 2.7. Kerangka Berpikir dan Hipotesis

### 2.7.1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 2.2



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

### 2.7.2. Hipotesis

Hipotesis mengenai hubungan yang dikembangkan dalam penelitian meliputi

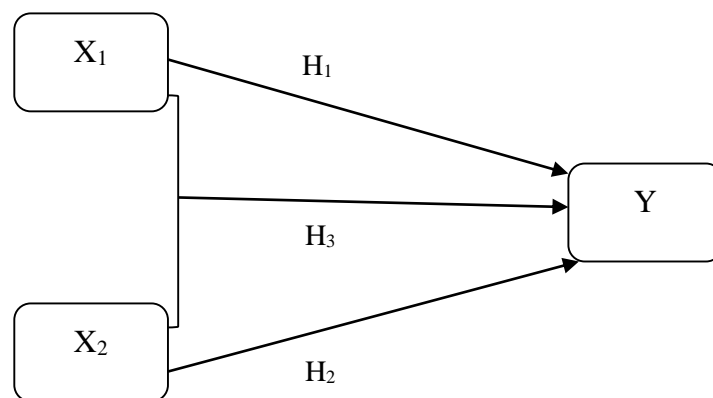
:

H<sub>1</sub> : ada pengaruh yang positif antara persepsi terhadap komponen kepuasan pengunjung dalam kegiatan ekowisata di TNM dengan intensi untuk berkunjung kembali ke TNM.

H<sub>2</sub> : ada pengaruh yang positif antara motivasi pengunjung untuk melakukan kegiatan ekowisata di TNM dengan intensi untuk berkunjung kembali ke TNM.

H<sub>3</sub> : ada pengaruh yang positif antara persepsi terhadap komponen kepuasan pengunjung dalam kegiatan ekowisata dan motivasi pengunjung untuk melakukan kegiatan ekowisata di TNM secara bersama-sama dengan intensi untuk berkunjung kembali ke TNM.

Ketiga hipotesis di atas dapat digambarkan dalam paradigma penelitian seperti tersaji pada Gambar 2.2.



Gambar 2.3. Paradigma penelitian

Keterangan :

Y = intensi untuk berkunjung kembali ke TNM

X<sub>1</sub> = persepsi terhadap terhadap komponen kepuasan pengunjung dalam kegiatan ekowisata di TNM

X<sub>2</sub> = motivasi untuk melakukan kegiatan ekowisata di TNM