

Eko Sugiarto | Kiki Rizki Makiya | Hendi Prasetyo
Sabda E Priyanto | Rekta Deskarina
Nur Rohman | Dwi Yoso Nugroho

PERILAKU WISATAWAN



Eko Sugiarto | Kiki Rizki Makiya | Hendi Prasetyo
Sabda E Priyanto | Rekta Deskarina
Nur Rohman | Dwi Yoso Nugroho

PERILAKU WISATAWAN

Perilaku Wisatawan

©2023, Eko Sugiarto, Kiki Rizki Makiya, Hendi Prasetyo, Sabda E Priyanto, Rekta Deskarina, Nur Rohman, Dwi Yoso Nugroho

Cetakan Pertama, Juni 2023

ISBN: 978-623-8008-46-9

viii + 152 hlm, 15,5 x 23 cm

Penulis : Eko Sugiarto, Kiki Rizki Makiya, Hendi Prasetyo,
Sabda E Priyanto, Rekta Deskarina, Nur Rohman,
Dwi Yoso Nugroho

Tata Letak Isi : Ahmad Hanin Lathif

Desain Sampul : Hanania Alfia Lathif

Diterbitkan oleh:

MATA KATA INSPIRASI

(Anggota IKAPI No. 146/DIY/2021)

Gampingan RT 003, Dusun Munggang,

Desa Sitimulyo, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul

Email: matakatainspirasi@gmail.com

www.matakatainspirasi.id

Tlp: 085743131220

KATA PENGANTAR

Kepada Tuhan Yang Maha Esa, kami panjatkan ucapan rasa syukur karena telah memberikan kekuatan kepada kami sehingga buku ini akhirnya selesai ditulis. Kepada penerbit yang telah membantu kami untuk memproses manuskrip hingga mewujudkan dan mengemas menjadi sebuah buku, kami ucapkan terima kasih. Demikian juga kepada berbagai pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung membantu kami untuk bisa menerbitkan buku ini, kami juga mengucapkan terima kasih.

Buku ini berawal dari obrolan di antara dosen pengampu mata kuliah Perilaku Wisatawan di kampus tempat kami mengampu mata kuliah tersebut. Keterbatasan sumber bacaan (khususnya buku) tentang perilaku wisatawan mendorong kami untuk menyusun buku ini agar bisa digunakan oleh mahasiswa dalam proses pembelajaran. Mengingat keterbatasan buku dengan tema tersebut, kami memutuskan untuk menyusun buku ini tidak sekaku buku ajar umumnya (misal tidak menyertakan tujuan pembelajaran dan evaluasi atau soal latihan), melainkan dalam format yang justru lebih mendekati buku referensi dengan harapan selain bisa digunakan sebagai bahan bacaan oleh mahasiswa dalam proses perkuliahan, buku ini diharapkan bisa dijadikan sebagai bacaan bagi siapa pun yang tertarik dengan topik tentang wisatawan, khususnya terkait dengan perilaku mereka.

Buku ini terdiri atas tujuh bab. Bab 1 membahas tentang konsep wisatawan untuk memberi gambaran secara umum sebelum masuk ke bab-bab berikutnya yang lebih spesifik. Bab 2 memuat tentang teori perilaku dan perilaku wisatawan yang membahas tentang sejarah dan perkembangan teori perilaku, teori-teori dasar perilaku, serta konsep, jenis, dan pergeseran perilaku wisatawan. Bab 3 membahas tentang teori

motivasi dan motivasi wisatawan yang dilanjutkan dengan persepsi dan harapan wisatawan (bab 4) serta teori kepuasan dan kepuasan wisatawan (bab 5). Pembahasan berikutnya tentang teori kebutuhan dan kebutuhan wisatawan (bab 6) dan diakhiri dengan pembahasan tentang penanganan keluhan wisatawan (bab 7) sebagai bab penutup.

Buku ini tentu masih jauh dari kata sempurna. Sepenuhnya kami menyadari hal tersebut. Oleh karena itu, kritik dan saran demi perbaikan buku ini untuk cetak maupun edisi berikutnya sangat kami harapkan. Salam.

Yogyakarta, Mei 2023

Tim Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
BAB 1 - KONSEP WISATAWAN	1
1.1 Konsep Wisatawan dalam Pandangan Para Ahli	2
1.2 Konsep Wisatawan dalam Kamus.....	5
1.3 Konsep Wisatawan dalam Statistik Pariwisata.....	6
1.4 Konsep Wisatawan dalam UU 10/2009	10
BAB 2 - TEORI PERILAKU DAN PERILAKU WISATAWAN.....	17
2.1 Sejarah Teori Perilaku dalam Perspektif Psikologi.....	18
2.2 Teori-Teori Dasar Perilaku	21
2.2.1 Social Learning Theory	21
2.2.2 Social-Cognitive Theory	23
2.2.3 The Transtheoretical Model/Stages of Change	24
2.2.4 The Health Belief Model	25
2.2.5 Theory of Planned Behaviour	26
2.2.6 Teori Behavioristik Skinner	27
2.2.7 Theory of Reasoned Action.....	28
2.2.8 Value-Belief-Norm Theory.....	29
2.3 Teori Perilaku dalam Konteks Pariwisata	31
2.4 Sikap Wisatawan	32

2.5 Perilaku Wisatawan	36
2.5.1 Jenis Perilaku Wisatawan.....	37
2.5.2 Gambaran dan Pergeseran Perilaku Wisatawan.....	38
2.5.3 Manfaat Memahami Perilaku Wisatawan	40
BAB 3 - TEORI MOTIVASI DAN MOTIVASI WISATAWAN	44
3.1 Teori Motivasi.....	45
3.1.1 Teori Motivasi Abraham Maslow	46
3.1.2 Teori Motivasi Douglas McGregor.....	49
3.1.3 Teori Motivasi McClelland	50
3.1.4 Teori Motivasi Herzberg.....	51
3.1.5 Teori Motivasi Edwin Locke	53
3.2 Motivasi Wisatawan.....	54
3.2.1 Motivasi Fisik.....	58
3.2.2 Motivasi Kebudayaan.....	59
3.2.3 Motivasi Interpersonal.....	59
3.2.4 Motivasi Prestasi dan Status.....	60
3.2.5 Motivasi Fantasi.....	60
BAB 4 - PERSEPSI DAN HARAPAN WISATAWAN	67
4.1 Persepsi dan Harapan.....	68
4.2 Persepsi Wisatawan	76
4.3 Harapan Wisatawan.....	81
4.4 Hubungan antara Persepsi dan Harapan Wisatawan	87
BAB 5 - TEORI KEPUASAN DAN KEPUASAN WISATAWAN....	93
5.1 Teori Kepuasan.....	95
5.1.1 The Expectancy Disconfirmation Theory	95

5.1.2 Cognitive Dissonance Theory	96
5.1.3 Contrast Theory.....	97
5.1.4 Assimilation-Contrast Theory	97
5.1.5 Adaptation Level Theory	98
5.1.6 Utility Theory.....	98
5.1.7 Alienation Theory.....	99
5.2 Kepuasan Wisatawan.....	100
5.2.1 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Wisatawan.....	102
5.2.2 Indikator Kepuasan Wisatawan.....	105
5.3 Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan	107

BAB 6 - TEORI KEBUTUHAN

DAN KEBUTUHAN WISATAWAN	113
6.1 Teori Kebutuhan	114
6.1.1 Teori Kebutuhan Maslow.....	114
6.1.1.1 Kebutuhan Fisiologis (<i>Physiological Needs</i>).....	115
6.1.1.2 Kebutuhan Akan Rasa Aman (<i>Safety Needs</i>)....	115
6.1.1.3 Kebutuhan Rasa Memiliki dan Sosial (<i>Belongingness and Social Needs</i>)	116
6.1.1.4 Kebutuhan Harga Diri (<i>Self Esteem Needs</i>).....	117
6.1.1.5 Kebutuhan Aktualisasi Diri (<i>Self Actualization</i>).....	118
6.1.2 Teori Kebutuhan Kompensantori McClelland	118
6.1.2.1 Kebutuhan Akan Prestasi (<i>Need for Achievement</i>)	119
6.1.2.2 Kebutuhan Akan Afiliasi (<i>Need for Affiliation</i>)	119
6.1.2.3 Kebutuhan Akan Kekuasaan (<i>Need for Power</i>).	120

6.1.3 Teori Kebutuhan ERG Alderfer	122
6.2 Kebutuhan Wisatawan	124
BAB 7 - PENANGANAN KELUHAN WISATAWAN	130
7.1 Kategori Keluhan Wisatawan	134
7.1.1 Keluhan Mekanikal (<i>Mechanical Complaint</i>).....	134
7.1.2 Keluhan akibat Sikap Petugas (<i>Attitudinal Complaint</i>)	135
7.1.3 Keluhan yang Berhubungan dengan Pelayanan (<i>Service Related Complaint</i>)	136
7.1.4 Keluhan yang Aneh (<i>Unusual Complaint</i>).....	137
7.2 Langkah Menangani Keluhan Wisatawan	137
7.2.1 Tahap Mendengarkan dan Memahami.....	142
7.2.2 Tahap Klarifikasi dan Penyamaan Persepsi.....	143
7.2.3 Tahap Penjelasan dan Permohonan Maaf	144
7.2.4 Tahap Solusi dan Mengambil Tindakan.....	145
7.2.5 Tahap Tindak Lanjut	146
BIODATA PENULIS.....	149

BAB 1

KONSEP WISATAWAN

Eko Sugiarto

Sebelum membahas tentang perilaku wisatawan, ada baiknya terlebih dahulu kita kembali memahami beberapa pandangan tentang siapa sebenarnya wisatawan serta perkembangan perilaku mereka dikaitkan dengan perubahan yang terjadi di dunia. Setidaknya ada dua perubahan global yang paling menonjol dan sangat dirasakan di dunia pariwisata, khususnya jika dikaitkan dengan perilaku wisatawan, yaitu kemunculan internet dan pandemi Covid-19.

Pertama, kemunculan internet yang merupakan salah satu produk dari teknologi informasi dan komunikasi yang dikenal dengan istilah ICT (*information and communication technology*) yang kemudian dimanfaatkan di bidang pemasaran pariwisata. Kemajuan ICT yang dimanfaatkan dalam kegiatan promosi paket-paket wisata ke seluruh penjuru dunia telah memangkas jarak dan waktu hingga biaya. Hal ini kemudian berpengaruh pula terhadap perilaku wisatawan, khususnya dalam perencanaan dan pembelian paket-paket wisata.

Kedua, pandemi Covid-19 yang bermula dari Wuhan, Tiongkok, pada Desember 2019 dan kemudian secara resmi dinyatakan sebagai pandemi pada 11 Maret 2020 oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Perubahan perilaku wisatawan pada masa pandemi Covid-19 tidak hanya

BAB 2

TEORI PERILAKU DAN PERILAKU WISATAWAN

Kiki Rizki Makiya

Perilaku wisatawan penting diketahui untuk pengembangan bisnis pariwisata, terutama terkait pemilihan destinasi pariwisata, evaluasi destinasi pariwisata, dan niat perilaku wisatawan ke depan (Zhang dkk., 2014). Dalam tiga konteks inilah pengetahuan tentang tahapan pengambilan keputusan wisatawan perlu dipahami.

Menurut Kotler dan Keller (2009), keputusan membeli (produk dan jasa pariwisata) dibagi menjadi lima tahap, yaitu (1) wisatawan mengenali kebutuhan akan wisata; (2) wisatawan mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan pariwisata; (3) wisatawan mengambil keputusan yang dilanjutkan dengan (4) berwisata; serta (5) mengevaluasi perjalanan wisata yang telah dilakukan. Jika disederhanakan, tahap-tahap ini bisa dikelompokkan menjadi tiga (lihat kembali tahapan berwisata secara umum yang diuraikan di bab 1), yaitu tahap prapengambilan keputusan (sebelum berwisata), tahap pengambilan keputusan (ketika berwisata), dan tahap pascapengambilan keputusan (setelah berwisata).

Industri pariwisata perlu belajar tentang perilaku wisatawan untuk memprediksi keberlanjutan bisnis mereka. Wu dkk., (2011) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa berdasarkan beberapa penelitian,

BAB 3

TEORI MOTIVASI DAN MOTIVASI WISATAWAN

Hendi Prasetyo

Motivasi merupakan dorongan bagi setiap individu untuk melakukan tindakan atau aktivitas dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai suatu keadaan dalam diri setiap individu yang mendorong untuk melakukan sesuatu, baik itu untuk memenuhi kebutuhan dasar, meraih kesuksesan, maupun mencapai kebahagiaan. Pada konteks pariwisata, motivasi berwisata merujuk kepada faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Motivasi ini dapat beragam, mulai dari motivasi untuk bersantai dan melepaskan stres, hingga motivasi untuk belajar dan mengembangkan pengetahuan, atau motivasi untuk merasakan pengalaman yang baru dan berbeda.

Sebagai bagian dari aktivitas pariwisata, motivasi berwisata dapat memengaruhi persepsi, dorongan, dan perilaku individu dalam melakukan perjalanan. Pada dasarnya, motivasi berwisata dapat memengaruhi pemilihan destinasi pariwisata, jenis aktivitas yang ingin dilakukan, dan keputusan lain yang berkaitan dengan perjalanan wisata. Sebagai contoh, motivasi berwisata yang berorientasi kepada pendidikan dapat mendorong seseorang untuk memilih destinasi pariwisata yang berhubungan

BAB 4

PERSEPSI DAN HARAPAN WISATAWAN

Sabda E Priyanto

Manusia yang melakukan kegiatan wisata adalah realitas yang membentuk pariwisata. Manusia tersebut adalah wisatawan sebagai unsur insani, mengisi waktu dan tempat (Wirawan & Octaviany, 2022). Wisatawan yang merupakan fokus kajian dari ilmu pariwisata sangat menarik untuk dikaji lebih dalam. Perilaku merupakan salah satu karakteristik dari wisatawan, selain sosiografi, demografi, atau pola perjalanan spasial, temporal, dan pengalaman. Dari sekian banyak perilaku wisatawan seperti sikap, nilai, kepuasan, keputusan membeli, serta loyalitas, persepsi dan harapan adalah sebagian yang penting untuk didalami (Juvan dkk., 2017). Sebuah destinasi pariwisata yang di dalamnya ada daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, dan aksesibilitas dalam menjalankan industri pariwisata membutuhkan pemahaman mengenai persepsi dan harapan wisatawan.

Pemahaman terhadap persepsi wisatawan akan kualitas pelayanan adalah hal penting karena membantu pengelola destinasi pariwisata untuk mengidentifikasi keinginan, kebutuhan, dan harapan wisatawan kemudian dapat memberikan pelayanan yang lebih baik (Kusumaningrum, 2009). Pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman yang terbaik. Persepsi

BAB 5

TEORI KEPUASAN DAN KEPUASAN WISATAWAN

Rekta Deskarina

Industri pariwisata melibatkan berbagai elemen yang saling berhubungan. Salah satu aspek penting dalam industri ini adalah adanya unsur produk, konsumen, penawaran, dan permintaan yang saling berinteraksi. Dalam konteks industri pariwisata, peran wisatawan sebagai konsumen sangat signifikan. Wisatawan memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi oleh para produsen, baik dalam bentuk produk maupun jasa pariwisata.

Dalam menjalankan fungsinya sebagai penyedia produk dan jasa pariwisata, produsen harus mampu memahami dan merespons kebutuhan wisatawan dengan baik. Hal ini meliputi penawaran yang menarik, pengalaman yang memuaskan, serta fasilitas dan layanan yang berkualitas. Produsen dalam industri pariwisata perlu beradaptasi dengan perkembangan tren dan preferensi wisatawan sehingga dapat menghasilkan produk dan jasa yang relevan dan menarik bagi mereka.

Ketika persaingan dalam industri pariwisata semakin ketat, wisatawan memiliki beragam opsi untuk memilih. Seiring dengan meningkatnya persaingan, daya tawar wisatawan juga meningkat. Dalam upaya untuk

BAB 6

TEORI KEBUTUHAN DAN KEBUTUHAN WISATAWAN

Nur Rohman

Kebutuhan manusia merujuk pada segala hal yang diperlukan untuk mempertahankan hidup secara alami dan mencapai kesejahteraan. Kebutuhan tersebut dapat dibedakan berdasarkan beberapa faktor seperti tingkat kepentingan, waktu, sifat, dan subjek. Secara umum, kebutuhan mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan dan meningkatkan kehidupannya. Pencapaian kesejahteraan dapat dicapai melalui pemenuhan kebutuhan tersebut. Kebutuhan setiap orang berbeda-beda, bergantung kepada kondisi alam, lokasi tempat tinggal, sifat dan karakter pribadi, gaya hidup, agama, dan budaya.

Menurut Murray (2020) kebutuhan adalah konstruk mengenai kekuatan di bagian otak yang mengorganisir berbagai proses seperti memuaskan. Kebutuhan bisa dibangkitkan oleh proses internal, tetapi lebih sering dirangsang oleh faktor lingkungan. Biasanya, kebutuhan dibarengi dengan perasaan atau emosi khusus dan memiliki cara khusus untuk mengekspresikannya dalam mencapai pemecahannya.

Prinsip dasar kebutuhan manusia adalah bahwa manusia memiliki keinginan yang perlu dipenuhi. Kebutuhan manusia bersifat bertingkat-

BAB 7

PENANGANAN KELUHAN WISATAWAN

Dwi Yoso Nugroho

Kepuasan wisatawan merupakan tujuan utama setiap destinasi pariwisata. Kepuasan wisatawan sangat penting dalam studi tentang perilaku wisatawan karena dapat dijadikan sebagai indikator keberlanjutan destinasi pariwisata. Ketika merasa puas, wisatawan cenderung merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, kembali berkunjung, atau bahkan mempromosikan destinasi tersebut di media sosial. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan selain keindahan alam atau daya tarik budaya antara lain adalah keramahan dan pelayanan dari orang-orang setempat, kebersihan dan keamanan, serta fasilitas yang memadai.

Meskipun demikian, tidak semua pengalaman wisatawan berjalan dengan mulus. Mereka mungkin menghadapi berbagai masalah atau keluhan selama perjalanan mereka. Keluhan ini bisa berkaitan dengan pelayanan yang buruk, fasilitas yang tidak memadai, atau ketidaknyamanan yang tidak diharapkan. Keluhan wisatawan bisa memiliki dampak negatif terhadap citra destinasi pariwisata dan dapat memengaruhi keputusan orang lain untuk berkunjung. Oleh karena itu, penanganan keluhan wisatawan merupakan bagian yang penting dalam industri pariwisata.

BIODATA PENULIS



Dwi Yoso Nugroho, M.Par., C.H.E. lahir di Magetan pada 23 November 1989. Pendidikan formal ditempuh di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta (Program Studi D-3 Perhotelan, Program Studi S-1 Pariwisata, dan Program Studi S-2 Pariwisata). Saat ini menjadi dosen di almahaternya dan dipercaya sebagai koordinator di bagian Food & Beverages Product. Tinggal di Soboman, RT 007, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, Yogyakarta. Bisa dihubungi lewat ponsel di nomor +6285745791819. Alamat surel chefyoso23@gmail.com.



Eko Sugiarto, S.S., M.Sc. lahir di Gunung Balak (Lampung). Lulusan Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, UGM dan Program Studi Magister Kajian Pariwisata di kampus yang sama. Pernah bekerja di Penerbit Intan Pariwara sebagai staf editor dan Harian *Kompas* sebagai staf penyelaras bahasa di tim sunting. Penulis beberapa buku, baik penulis tunggal maupun karya bersama. Prestasi dalam lomba penulisan yang pernah diraih antara lain sebagai Juara Pertama Lomba Penulisan Esai Cagar Budaya dan Warisan Budaya Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayaan) Kabupaten Kulon Progo Kategori Umum Tahun 2022; salah satu pemenang Lomba Karya Tulis Strategi Pemasaran dan Promosi Pariwisata 2013/2014 DIY dan sekitarnya; Juara Kedua Kategori Feature Lomba Penulisan Esai Pariwisata 2008 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman;

Pemenang Kedua Kategori Cerpen HOKI Online Literary Awards 2008; dan Pemenang Kedua Sayembara Penulisan Cerpen Lampung Post 2004. Dosen tetap di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta ini berminat kepada kajian daya tarik wisata, wisata budaya, ekowisata, perilaku wisatawan, dan kebijakan pariwisata. Kontak surel: ekosugiarto@stipram.ac.id atau ekostipram@gmail.com. Google Scholar ID: Eko Sugiarto. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-9180-6909>.



Hendi Prasetyo, S.I.P., M.Par. lahir di Klaten pada 30 Mei 1995. Lulusan S-1 Ilmu Perpustakaan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2016 dan S-2 Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta tahun 2019. Sejak 2019 bekerja sebagai dosen di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta. Sebagai seorang yang memiliki hobi belajar dan menulis,

dalam keseharian melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dia juga merupakan blogger yang mengelola situs <https://www.literaksipedia.com>. Saat ini memiliki minat menulis dan diskusi pada kajian pariwisata, teknologi informasi, ilmu perpustakaan, dan literasi. Berbagai karya individu dan hasil kolaborasi dapat diakses melalui ORCID di <https://orcid.org/0000-0001-6515-1203> serta Google Scholar dengan ID Hendi Prasetyo.



Kiki Rizki Makiya, M.A., Ph.D. merupakan lulusan S1 Psikologi dari Universitas Gunadharma, Depok, Jawa Barat. Pendidikan magister ditempuh di Universitas Kebangsaan Malaysia dalam bidang Psikologi Kaunseling dan di kampus yang sama menyelesaikan pendidikan doktoral (Ph.D.) dari Fakultas Sosial Sains dan Kemanusiaan dalam program sains pembangunan (pariwisata). Beberapa publikasi

berupa artikel sudah diterbitkan. Sekarang bekerja sebagai dosen di

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta dalam mata kuliah Psikologi Pariwisata dan Pengembangan Pariwisata Perdesaan.



Nur Rohman, S.Kom., M.Par. lahir di Temanggung pada tanggal 16 September 1993. Lulus sarjana dari Program Studi Teknik Informatika, Universitas Teknologi Yogyakarta pada tahun 2015 dan kemudian melanjutkan studi S-2 di Program Studi S-2 Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta. Gelar magister pariwisata diperoleh pada tahun 2018. Saat ini menjadi dosen tetap di Prodi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta antara lain untuk mata kuliah Teknologi Informasi Pariwisata dan Perilaku Wisatawan.



Rekta Deskarina, M.Sc. lahir di Mataram, 31 Desember 1988. Memperoleh gelar Sarjana Teknik di bidang Arsitektur dari Universitas Sebelas Maret Surakarta pada tahun 2011 dan gelar Master of Science di bidang Arsitektur dan Perencanaan Pariwisata dari Universitas Gadjah Mada pada tahun 2013. Mengawali karier sebagai praktisi di bidang properti sebagai analis *business development and planning*. Sejak tahun 2016 menjadi dosen di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta untuk mata kuliah Perencanaan Kawasan Wisata dan Perilaku Wisatawan. Fokus topik penelitian antara lain perilaku wisatawan, kebutuhan wisatawan di kawasan wisata, serta perencanaan dan desain kawasan wisata. Aktif menulis di beberapa jurnal ilmiah.



Sabda E Priyanto, M.Par. lahir dan besar di Kabupaten Poso, Sulawesi Tengah. Mengawali ketertarikan dengan dunia kepariwisataan ketika kuliah di Program Diploma 3 Kepariwisataaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada. Pendidikan strata satu dilanjutkan di kelas transfer, Prodi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta. Ketertarikannya berlanjut

dengan kuliah di jenjang S-2 Magister Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta lewat jalur Beasiswa Unggulan. Saat ini fokus menyelesaikan studi doktoral di Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada. Kegiatan yang dilakukan adalah sebagai dosen tetap di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo dan membantu pemerintah dalam kajian penelitian dan pengabdian dalam lingkup pariwisata. Fokus kajian yang ditekuni dalam kajian ilmu pariwisata antara lain perilaku wisatawan, destinasi pariwisata, desa wisata, pemasaran pariwisata, dan kelembagaan pariwisata.

PERILAKU WISATAWAN

Mata kuliah Perilaku Wisatawan diajarkan di berbagai kampus pariwisata di Indonesia. Meskipun demikian, sumber bacaan (khususnya buku) tentang tema ini masih sangat terbatas. Atas dasar inilah buku ini diterbitkan.

Buku ini terdiri atas tujuh bab. Bab 1 membahas tentang konsep wisatawan. Bab 2 memuat tentang teori perilaku dan perilaku wisatawan. Bab 3 membahas tentang teori motivasi dan motivasi wisatawan. Bab 4 fokus kepada persepsi dan harapan wisatawan. Teori kepuasan dan kepuasan wisatawan menjadi bahasan berikutnya (bab 5) dilanjutkan dengan pembahasan tentang teori kebutuhan dan kebutuhan wisatawan (bab 6). Buku ini diakhiri dengan pembahasan tentang penanganan keluhan wisatawan (bab 7) sebagai bab penutup.

Materi buku ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan bacaan oleh mahasiswa dalam proses perkuliahan untuk mata kuliah Perilaku Wisatawan. Selain itu, bagi siapa pun yang tertarik dengan topik tentang wisatawan, khususnya terkait dengan perilaku mereka, buku ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu bahan diskusi.



[Anggota IKAPI No. 146/DIY/2021]

Email: matakatainspirasi@gmail.com

ISBN: 978-623-8008-46-9



9 786238 008469