



# STiPRAM

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

## SURAT KEPUTUSAN



**KETUA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**  
**NOMOR : 420.60/SK-Mgjr/A.1/STIPRAM/VIII/2023**

**TENTANG :**  
**PENUGASAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH**  
**TAHUN AKADEMIK 2023/2024 GANJIL**

**KETUA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**Menimbang :**

1. Bahwa untuk kelancaran proses belajar mengajar di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo pada Tahun Akademik 2023/2024 Ganjil, perlu segera menunjuk dosen pengampu yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini;
2. Bahwa sehubungan dengan hal tersebut diatas, perlu segera menerbitkan Surat Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo.

**Mengingat :**

1. Undang – Undang Dasar 1945 Pasal 31;
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
3. Undang – Undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
5. Surat Edaran Yayasan Ambarrukmo Yogyakarta Nomor 002/YAY-ED/STIPRAM/VII/2023 Tentang Kebijakan Yayasan Untuk Dosen Membuat Laporan Beban Kerja Dosen , Laporan Kinerja Dosen dan Mengurus jabatan Fungsional Akademik Dosen;
6. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 108/DIKTI/Kep./2001 tentang Pedoman Pembukaan Program Studi dan atau Jurusan;
7. SK. Mendiknas No. 159/D/O/2008 tentang Ijin Operasional Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta
8. STATUTA Sekolah Tinggi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta.

### MEMUTUSKAN

**Menetapkan :**

- Pertama :** Menugaskan nama dosen yang tercantum dalam lampiran surat ini sebagai dosen pengampu mata kuliah Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 pada Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta.
- Kedua :** Dalam melaksanakan tugasnya sehari – hari, yang bersangkutan bertanggung jawab kepada Kaprodi sesuai dengan mata kuliah yang diampunya.
- Ketiga :** Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan akhir Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024.
- Keempat :** Apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Yogyakarta  
Pada tanggal : 01 Agustus 2023


Ketua

Dr. Suhendroyono, SH, MM, M.Par., CHE., CGSP

LAMPIRAN  
SURAT KEPUTUSAN KETUA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA  
NOMOR : 420.60/SK-Mgjr/A.1/STIPRAM/VIII/2023  
TANGGAL : 01 AGUSTUS 2023  
TENTANG  
PENUGASAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH  
TAHUN AKADEMIK 2023/2024 GANJIL  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

Nama Dosen : MAYA DEWI SAVITRI, S.Psi., MSi  
NIDN : 0510066801

No	Mata Kuliah	Prodi	Semester	SKS	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	Tourism Psychology	D3 Perhotelan	5	2	5B	36
2	Tourism Psychology	D3 Perhotelan	5	2	5C	36
3	Tourism Psychology	S1 Pariwisata	5	2	5B	35
4	Tourism Psychology	S1 Pariwisata	5	2	5C	38
5	Tourism Psychology	S1 Pariwisata	5	2	5D	36

Ketua  
  
Dr. Suhendroyono, SH, MM, M.Par., CHE., CGSP

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo (STIPRAM)  
 Jl.Ringroad Timur No. 52. Banguntapan, Bantul.

## List Kegiatan Pengajaran SEMESTER GANJIL 2023/2024

Kelas : B  
 Prodi : Hotel Services

MATA KULIAH  
 Dosen

: Tourism Psychology  
 : MAYA DEWI SAVITRI, S.Psi., MSI

No	TANGGAL PERTEMUAN	POKOK BAHASAN	SUB POKOK BAHASAN	TT & NAMA TERANG	CATATAN	PARAF PETUGAS
1	04/08/2023	<b>Bab</b> : Bab 1. Pendahuluan  <b>Uraian</b> : Menjelaskan pengertian psikologi dan psikologi konsumen. Menjelaskan dimensi psikologi. Menjelaskan elemen psikologi konsumen.	a. Pengertian Psikologi dan Psikologi Konsumen b. Dimensi psikologi c. Elemen psikologi konsumen	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
2	11/08/2023	<b>Bab</b> : Bab 2. Persepsi dan Nilai Etika <b>Uraian</b> : Menjelaskan Persepsi dan Paradigma. Menjelaskan Nilai Etika dalam Industri Pariwisata.	a. Pengertian Persepsi dan Paradigma b. Nilai dan etika	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
3	18/08/2023	<b>Bab</b> : Bab 3. Tipologi Wisatawan <b>Uraian</b> : Menjelaskan tipologi wisatawan. Menjelaskan karakteristik wisatawan. Menjelaskan segmentasi wisatawan.	a. Tipologi wisatawan b. Karakteristik wisatawan c. Segmentasi wisatawan	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
4	25/08/2023	<b>Bab</b> : Bab 4. Emosi Wisatawan <b>Uraian</b> : Menjelaskan pengertian emosi. Menjelaskan pengaruh emosi pada kepuasan wisatawan.	a. Pengertian emosi b. Pengaruh emosi pada kepuasanwisatawan	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
5	01/09/2023	<b>Bab</b> : Bab 5. Motivasi Wisatawan <b>Uraian</b> : Menjelaskan pengertian motivasi. Menjelaskan motivasi tarikan dan dorongan ( <i>pull &amp; push motivation</i> )	a. Pengertian Motivasi b. Motivasi Tarikan ( <i>Pull</i> ) dan Dorongan ( <i>Push</i> )	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
6	08/09/2023	<b>Bab</b> : Bab 6. Konsep Belajar pada Ecotourism <b>Uraian</b> : Menjelaskan pengertian ecotourism. Menjelaskan karakteristik wisatawan ecotourism. Menjelaskan konsep <i>learning</i> pada ecotourism	a. Pengertian Ecotourism b. Karakteristik wisatawan Ecotourism c. Learning pada ecotourism	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
7	15/09/2023	<b>Bab</b> : Bab 7. Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan <b>Uraian</b> : Menjelaskan proses pengambilan keputusan. Menjelaskan konsep duality dalam pengambilan keputusan.	a. Proses Pengambilan Keputusan Wisata b. "Duality" dalam Pengambilan Keputusan Wisata	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
8	22/09/2023	<b>Bab</b> : Kuliah ke 8 - UJIAN TENGAH SEMESTER <b>Uraian</b> : Menjawab soal-soal UTS di ruang kelas	<i>Paper &amp; pencil test</i>	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
9	29/09/2023	<b>Bab</b> : Bab 9. Proses Konsumsi dan Sistem Konsumsi Wisatawan <b>Uraian</b> : Menjelaskan proses konsumsi dan sistemsi konsumsi wisatawan	a. Proses Konsumsi Wisata b. Sistem Konsumsi Wisatawan	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
10	06/10/2023	<b>Bab</b> : Bab 10. Interaksi Sosial saat Wisata <b>Uraian</b> : Menjelaskan pengertian interaksi sosial. Menjelaskan faktor-faktor yang berpengaruh pada interaksi sosial saat wisata.	a. Pengertian Interaksi Sosial b. Faktor-faktor yang berpengaruh pada Interaksi Sosial saat Wisata	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
11	13/10/2023	<b>Bab</b> : Bab 11. Kepribadian dan Pilihan Wisata <b>Uraian</b> : Menjelaskan pengertian kepribadian. Menjelaskan tipe kepribadian dan pilihan wisata	a. Pengertian kepribadian b. Tipe kepribadian dan pilihan wisata	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
12	20/10/2023	<b>Bab</b> : Bab 12. Kepuasan Wisatawan <b>Uraian</b> : Menjelaskan penyebab dan akibat kepuasan wisatawan	a. Penyebab kepuasan wisatawan b. Akibat kepuasan wisatawan	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
13	27/10/2023	<b>Bab</b> : Bab 13. Loyalitas Wisatawan <b>Uraian</b> : Menjelaskan pengertian dan dimensi loyalitas wisatawan	a. Pengertian loyalitas b. Dimensi loyalitas wisatawan	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
14	03/11/2023	<b>Bab</b> : UJIAN PRA UAS <b>Uraian</b> : Menjawab soal-soal UAS di ruang ujian	<i>Paper &amp; pencil test</i>	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√
15	10/11/2023	<b>Bab</b> : REVIEW MATERI PERKULIAHAN <b>Uraian</b> : Mengulang kembali semua materi yang sudah dipelajari	Review materi	Maya Dewi Savitri, S.Psi., M.Si.		√

## PRESENSI MAHASISWA SEMESTER GANJIL 2023/2024

**KLAS : B**

**Hotel Services**

MATA KULIAH  
Dosen

: Tourism Psychology  
: MAYA DEWI SAVITRI, S.Psi., MSI

(1+2)

No	NIM	NAMA	Klas	TANGGAL PERTEMUAN															KETERANGAN					
				04/08/2023	11/08/2023	18/08/2023	25/08/2023	01/09/2023	08/09/2023	15/09/2023	22/09/2023	29/09/2023	06/10/2023	13/10/2023	20/10/2023	27/10/2023	03/11/2023	10/11/2023	S	I	X	Σ	%	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15						
1	2211397425	Adila Setyawati	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
2	2211397426	Ahmad Salman Setyawan	B	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	X	√	√	√	√			3	12	80 %
3	2211397427	Alwan Nashif	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
4	2211397428	Anada Nizah Illiya	B	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	X	√	√	√	√	√			2	13	86.67 %
5	2211397429	Arauna Viriya Nugrahanto	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
6	2211397430	Ayu Puspita Eka Shaputri	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
7	2211397431	Aziiz Kuswaya	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
8	2211397432	Chindy Ayu Natalia	B	√	√	√	√	√	√	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√			1	14	93.33 %
9	2211397433	Cristiawan Budi Cahyono	B	X	√	√	√	X	X	√	X	X	√	√	√	√	√	√	√			5	10	66.67 %
10	2211397434	Dany Hafiz Aly	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
11	2211397435	Diana Rahmawati	B	X	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			2	13	86.67 %
12	2211397436	Dikdo Saksono	B	X	√	X	X	X	X	√	√	√	X	X	X	X	X	√	√			10	5	33.33 %
13	2211397437	Fandi Hikmatul Ichsan	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
14	2211397438	Fasya Adinda Febriani	B	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	√	√			13	2	13.33 %
15	2211397439	Helena Margaretha Yoviana	B	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			1	14	93.33 %
16	2211397440	Huga Grotius Dwi Cahyo Budi Saputra	B	√	√	X	X	X	X	X	X	√	√	X	√	√	√	√	√			6	9	60 %
17	2211397441	Jenika Mayang Sukmawati	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
18	2211397442	Josua Pargaulan Silalahi	B	√	√	√	X	√	X	√	√	√	X	√	√	√	X	√	√			4	11	73.33 %
19	2201397253	Kadek Delpiero Kusuma	G	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
20	2211397443	Laela natasya ramadhan amanda	B	√	√	√	√	√	√	X	√	√	X	√	√	√	X	√	√			3	12	80 %
21	2211397445	Maria Febriana	B	X	√	√	√	X	√	√	√	√	X	X	√	X	√	√	√			5	10	66.67 %
22	2211397446	Melisa Dwi Cahyani	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
23	2201397029	Menahem Yehuda	B	√	√	√	√	√	√	X	√	√	√	√	√	√	X	√	√			2	13	86.67 %
24	2211397447	Mikhael Sopar Aron Silaen	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
25	2211397448	Muhammad Adjie Firdaus	B	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			1	14	93.33 %
26	2211397449	Muhammad Rizqi Trisaputra	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
27	2211397450	Nurhaliza Jihan Firyaaal Kultsuum	B	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√			1	14	93.33 %
28	2211397452	Rahmat Larryardo Nadeak	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
29	2211397453	Ratih Shinta Dewi	B	X	X	X	X	√	X	X	X	√	X	X	X	X	X	√	√			11	4	26.67 %
30	2211397454	Rifqi Syaillendra Tama	B	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				14	93.33 %
31	2211397455	Salsa Amanda	B	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	X	X	√	√	√	√			3	12	80 %
32	2211397456	Satya Abimanyu Kusuma	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
33	2211397457	Sophia Roza Hannanurzaman	B	X	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	X	√	√	√	√			2	13	86.67 %
34	2211397458	Veronica Catur Septina	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
35	2211397459	Yulitae	B	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√				15	100 %
36	2211397460	Yusuf Lintang Dihas Saputra	B	X	√	X	X	X	√	√	√	√	√	√	√	X	X	√	√			6	9	60 %

**KETERANGAN :**

(\*) : Diisi dengan tanggal pertemuan

(S) : SAKIT (bila ada surat pemberitahuan)

(√) : HADIR

(I) : IJIN (bila ada surat pemberitahuan)

(X) : Tanpa ada keterangan

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM)

Jl. Ahmad Yani, Ring Road Timur 52B, Modalan, Banguntapan, Bantul, DIY (55198)

## NILAI MAHASISWA SEMESTER GANJIL 2023/2024

### KELAS : B

### Hotel Services

MATA KULIAH  
Dosen

: Tourism Psychology  
: MAYA DEWI SAVITRI, S.Psi., MSi

No	NIM	NAMA	Klas	NILAI
1	2211397425	Adila Setyawati	B	A
2	2211397426	Ahmad Salman Setyawan	B	B
3	2211397427	Alwan Nashif	B	B
4	2211397428	Anada Nizah Illiya	B	B
5	2211397429	Arauna Viriya Nugrahanto	B	A
6	2211397430	Ayu Puspita Eka Shaputri	B	A
7	2211397431	Aziz Kuswaya	B	A
8	2211397432	Chindy Ayu Natalia	B	B
9	2211397433	Cristiawan Budi Cahyono	B	-
10	2211397434	Dany Hafizh Aly	B	A
11	2211397435	Diana Rahmawati	B	B
12	2211397436	Dikdo Saksono	B	-
13	2211397437	Fandi Hikmatul Ichsan	B	A
14	2211397438	Fasya Adinda Febriani	B	-
15	2211397439	Helena Margaretha Yoviana	B	B
16	2211397440	Huga Grotius Dwi Cahyo Budi Saputra	B	E
17	2211397441	Jenika Mayang Sukmawati	B	A
18	2211397442	Josua Pargaulan Silalahi	B	C
19	2201397253	Kadek Delpiero Kusuma	G	A
20	2211397443	Laela natasya ramadhan amanda	B	C
21	2211397445	Maria Febriana	B	C
22	2211397446	Melisa Dwi Cahyani	B	A
23	2201397029	Menahem Yehuda	B	B
24	2211397447	Mikhael Sopar Aron Silaen	B	A
25	2211397448	Muhammad Adjie Firdaus	B	B
26	2211397449	Muhammad Rizqi Trisaputra	B	C
27	2211397450	Nurhaliza Jihan Firyaaal Kultsuum	B	B
28	2211397452	Rahmat Larryardo Nadeak	B	A
29	2211397453	Ratih Shinta Dewi	B	-
30	2211397454	Rifqi Syailendra Tama	B	B
31	2211397455	Salsa Amanda	B	B
32	2211397456	Satya Abimanyu Kusuma	B	C
33	2211397457	Sophia Roza Hannanurzaman	B	A
34	2211397458	Veronica Catur Septina	B	A
35	2211397459	Yulitae	B	A
36	2211397460	Yusuf Lintang Dihas Saputra	B	C

# Tourism Psychology

## Rangkuman Materi

Prodi: D3 Perhotelan Semester: 5 Kelas: 5B & 5C

### Topik 1: Pendahuluan: Pengertian Psikologi Konsumen dalam konteks Perhotelan

- Kontrak Belajar
- Pengertian Psikologi dan Psikologi Konsumen
- Dimensi Psikologi
- Elemen Psikologi Konsumen

**Ilmu bidang Psikologi Konsumen dan Perilaku**

Pengetahuan tentang bagaimana konsumen dalam **berpikir**, **merasakan** dan **berperilaku** merupakan dasar untuk mengadakan:

- analisis,
- memprediksi, dan
- mengontrol

pengaruh:

- ✓ konsumen,
- ✓ sistem konsumen,
- ✓ dan lingkungan konsumen.

**Dimension of Psychology**

BRANCH - CABANG ILMU  
LEVEL OF ANALYSIS - TINGKATAN ANALISIS  
CONTEXT - KONTEKS

**Consumer Psychology**

Mullen and Johnson:  
*Consumer psychology is the scientific study of the behaviour of consumers.*

**Elements of Consumer Psychology**

(Mullen and Johnson, 2001)

Stimulus situation → CONSUMER (Cognition and memory, Perception, Learning, Emotion, Motivation) → Intention → Behaviour


INTERNAL PROCESSES (Cognition and memory, Perception, Learning, Emotion, Motivation)

SOCIAL CONTEXT

CULTURAL CONTEXT

# Topik 2: Persepsi dan Nilai-nilai Etika

- (a) Pengertian Paradigma dan Persepsi
- (b) Nilai dan Etika



### Etika

Rachels (1995, 1998) membedakan empat hal penting mengenai Etika sehari-hari (Aristotle's Ethics) - etika non fisik :

- Courage**
  - keberanian: bicara di depan forum, jangan di belakang.
  - \*keteguhan hati
- Generosity**
  - suka menolong: tanpa membedakan orang.
  - \*kedermawanan
- Honesty**
  - kejujuran: fondasi dalam berhubungan dengan orang lain).
  - \*Jujur → Kepercayaan → Bisnis.
- Loyalty to family, friends and close associates.**
  - Loyal: Jika sudah dipercaya, jaga kepercayaan, tidak membuka aib/rahasia keluarga, teman, tempat kerja, teman kerja, almamater, dll.

# Topik 3: Tipologi Perilaku Wisatawan

- (a) Tipologi Perilaku Wisatawan
- (b) Karakteristik Wisatawan
- (c) Segmentasi Wisatawan

### TIPE TURIS DARI PLOG (1977)



**PSYCHOCENTRICS**  
Less adventurous, inward-looking people. Tend to prefer the familiar and have a preference for resorts which are already popular.

**Intermediate categories:**  
near-psychocentrics, mod-centrics & near-allocentrics

**ALLOCENTRICS**  
Outward-looking people who like to take risks and seek more adventurous holidays. Prefer exotic destinations and individual travel.

**CHECK THIS OUT!**  
Types of Tourists & Destinations  
<https://study.com/academy/lesson/types-of-tourists-destinations.html>

### SEGMENTASI PASAR



Ada lima cara klasik untuk melakukan segmentasi pasar, dimana populasi konsumen dibagi berdasarkan lima kriteria yang berbeda, menjadi kelompok-kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik sebagai pembeli.

- Geographical segmentation**: Urban vs. Rural, Wilayah dengan iklim dingin vs. Wilayah tropis
- Socioeconomic segmentation**: Kelas Atas, Kelas Menengah, Menuju Kelas Menengah, Rentan, Miskin
- Demographic segmentation**: Usia, Jenis kelamin, Agama, dll
- Psychographic segmentation**: didasarkan pada gagasan bahwa gaya hidup, sikap, pendapat dan kepribadian orang menentukan perilaku wisata
- Behaviouristic segmentation**: Status pengguna, Kesempatan membeli, tahap kelesapan, loyalitas pada produk, sikap terhadap produk, manfaat yang diinginkan

# Topik 4: Emosi Wisatawan dan Pengaruhnya

- (a) Pengertian Emosi
- (b) Pengaruh Emosi pada Kepuasan Wisatawan

### Definition

Emotion: Feelings that generally have both **physiological** and **cognitive** elements and that influence **behavior**<sup>1</sup>.



physiological
cognitive
behavior

### Implikasi

Implikasi dari penelitian tersebut adalah bahwa aspek-aspek layanan yang berpengaruh pada emosi, sebelum dan selama mengkonsumsi, perlu diidentifikasi dan dimonitor. Karena emosi memiliki dampak signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan.



# Topik 5: Motivasi Wisatawan

- (a) Pengertian Motivasi
- (b) Motivasi Tarikan (Pull) dan Dorongan (Push)

### Definisi

**Motivation:**  
The factors that **direct** and **energize** the behavior of humans and other organisms.<sup>1</sup>



### Push and Pull Motivation

Dann (1977) mengidentifikasi skema dua faktor yang memotivasi pelancong untuk bepergian dan menuju suatu destinasi.

Skema dua faktor ini dalam proses pengambilan keputusan bepergian disebut faktor 'push' dan 'pull'.

Faktor **push** adalah faktor yang bersifat **sosio-psikologis** yang **mempengaruhi** seseorang untuk **bepergian**.

Faktor **pull** adalah faktor yang menarik seseorang pada destinasi tertentu pada saat disusun keputusan **melancong**.

# Topik 6: Konsep "Learning" pada Ecotourism

- (a) Pengertian Ecotourism
- (b) Karakteristik Wisatawan Ecotourism
- (c) "Learning" pada Ecotourism

### Definisi Ecotourism

*Ecotourism is nature-based tourism that involves education and interpretation of the natural environment, and is managed to be ecologically sustainable.*

Definisi tersebut menyebutkan bahwa 'natural environment' mencakup **cultural components** dan bahwa 'ecologically sustainable' mencakup **keuntungan balik** untuk komunitas lokal dan **konservasi** jangka panjang pada sumber daya alam.

(Commonwealth Department of Tourism, 1994)



### Learning

Learning meliputi penguasaan dan modifikasi dari:

1. **knowledge**,
2. **skills**,
3. **strategies**,
4. **beliefs**,
5. **attitudes** (=sikap) and behaviours.

Learning adalah **perubahan perilaku yang bertahan lama** atau dalam kapasitas untuk berperilaku dengan cara tertentu, sebagai hasil dari **latihan** atau bentuk **pengalaman** lainnya.



### Pengunjung

Penelitian menunjukkan bahwa turis yang dikategorikan sebagai **ecotourist** berasal dari berbagai latar belakang **demografis** dan **lifestyle**.

Mayoritas **ecotourist** memiliki karakteristik: **well-educated**, **memiliki penghasilan di atas rata-rata** dan **memiliki minat pada lingkungan alam**, dalam tingkatan yang bervariasi.



### Sustainability

Dalam ekowisata, beberapa pengelola memiliki atribut seperti tingkat pengetahuan ekologis yang tinggi dan keterampilan fasilitasi program interpretatif yang sangat berkembang, yang memiliki nilai tinggi bagi klien, yang tidak dimiliki oleh operator pariwisata berbasis alam lainnya dan **sulit ditiru**.

Atribut tersebut, selain dapat berkontribusi pada penyediaan edukasi lingkungan informal berkualitas tinggi, juga memiliki potensi untuk memberikan **keunggulan kompetitif yang berkelanjutan** bagi perusahaan pengelola ekowisata.





# Topik 7: Proses Pengambilan Keputusan Wisatawan

- (a) Proses Pengambilan Keputusan Wisata
- (b) "Duality" dalam Pengambilan Keputusan Wisata

### 1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Sebagian besar kajian tentang perilaku konsumen, menyebutkan 5 tahap dalam proses pengambilan keputusan

1. Identifikasi kebutuhan
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi pilihan (alternatif)
4. Pengambilan keputusan
5. Evaluasi pasca keputusan

### Duality

Pengambilan keputusan *pre-trip* dan *on-vacation*, menggambarkan *duality* dalam pengambilan keputusan wisata.

### Levels of Vacation Decision Making

Hyde (2000)	Woodside & MacDonald (1994)
<p>Urutan pengambilan keputusan wisata adalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pilihan destinasi sekunder,</li> <li>✓ Pilihan rute perjalanan,</li> <li>✓ Pilihan daya tarik dan aktivitas wisata.</li> </ul> <p>Model "Evolving Itinerary" Fitur integral dari perjalanan mandiri adalah saat menikmati pengalaman turis pada keputusan tidak merencanakan detail liburan, melainkan mengalami yang tidak diketahui dan tidak diharapkan.</p>	<p>Sebuah model/teori pengambilan keputusan wisata mempertimbangkan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pilihan pelancong untuk akomodasi dan transport,</li> <li>✓ Pilihan untuk rute perjalanan,</li> <li>✓ Pilihan untuk daya tarik dan aktivitas wisata,</li> <li>✓ Pilihan untuk kuliner dan belanja.</li> </ul> <p>Pilihan layanan yang terkait wisata bersifat <i>interdependen</i>, namun ada kebutuhan untuk melakukan riset atas urutan pengambilan keputusan diantara elemen-elemen wisata</p>

### Pertimbangan untuk Pemasaran Wisata

Perlu sebagai bahan pertimbangan bagi organisasi bisnis dan pemasaran wisata, untuk mengetahui *elemen wisata* yang mana yang lebih diutamakan dipilih di awal perjalanan dan elemen wisata yang mana yang dipilih pada saat di tempat wisata.

If vacation elements are chosen *pre-trip*, then marketing communications efforts and expenditure should be concentrated on the prospective traveler resident "at their home".

If vacation elements are chosen on vacation, then marketing communications efforts and expenditures should be concentrated on the traveler *in situ* (di lokasi wisata).

# Topik 8: Ujian Tengah Semester

# Topik 9: Proses Konsumsi dan Sistem Konsumsi Wisatawan

- (a) Proses Konsumsi Wisata
- (b) Sistem Konsumsi Wisatawan

### Proses Konsumsi

Cara mengkonseptualisasikan psikologi konsumen yang paling umum adalah dengan mempelajari 3 tahap utama proses konsumsi, yaitu:  
(Arnould et. al., 2002)

1. *pre-purchase*
2. *purchase and acquisition*
3. *post-purchase*

### Definition

A tourism consumption system (TCS) is defined as the set of related travel **thoughts**, **decisions**, and **behaviors** by a discretionary traveler prior to, during, and following a trip.

Source: Woodside, A.G. & Dolnicar, C. (2012). A General Theory of Tourism Consumption Systems: A Conceptual Framework and an Empirical Examination. *Journal of Travel Research* 2012 41: 58. DOI: 10.1177/0540095912452392

# Topik 10: Interaksi Sosial Saat Wisata

- (a) Pengertian Interaksi Sosial
- (b) Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Interaksi Sosial Saat Wisata

### Interaksi Sosial dan Perjalanan Wisata

Yang membedakan manusia dengan manusia lainnya adalah **karakter sosialnya**. Manusia melakukan kegiatan ibarat melakukan suatu konser, mereka bereaksi satu sama lain. Perilaku individu terhadap kehadiran orang lain merupakan suatu **respon** sekaligus **stimulus** untuk orang lain. (Secord & Backman dalam Crouch, 2004)



### Interaksi Sosial dan Perjalanan Wisata

- Interaksi sosial yang terjadi dalam kaitannya dengan keputusan perjalanan tergantung pada individu dan suatu **konteks**.
- Ada individu yang senang dengan **saran/rekomendasi dari orang lain** untuk keputusan perjalanan tertentu. Ketika individu setuju melakukan apa yang direkomendasikan, individu menerimanya sebagai suatu keputusan.
- Ada individu yang **mencari informasi** ketika keputusan perjalanan sedang dalam pertimbangan.
- Ada individu yang lebih suka **orang lain yang mengambil inisiatif** dalam mencari pilihan perjalanan.



# Topik 11: Kepribadian dan Pilihan Wisata

- (a) Pengertian Kepribadian
- (b) Tipe Kepribadian Wisatawan dan Pilihan Wisata

### Definisi Kepribadian



✓ Pola karakteristik abadi yang menghasilkan <b>konsistensi</b> dan <b>individualitas</b> pada seseorang <sup>1</sup> .	✓ Pola karakteristik psikologis dan perilaku, dimana melalui pola tersebut setiap manusia dapat <b>dibandingkan dan dikontraskan</b> dengan orang lain <sup>2</sup> .	✓ Personality is defined as an individual's consistent patterns of <b>feeling, thinking, and behaving</b> <sup>3</sup> . Personality <b>does not include</b> physical or behavioral characteristics, skills or abilities, or changes in mood <sup>4</sup> .
---	---	---

1.Feldman, R.D. (2011). Understanding Psychology, 10th ed. New York: McGraw-Hill.  
 2.Morris, D.A. (2012). Psychology, 9th ed. Morgan: MacMillan.  
 3.Morris, R.D. (2012). Understanding Psychology, 10th ed. Morgan: MacMillan.  
 4.Bargh, J.A. (2014). Introduction to Psychology, 6th ed. Boston: Allyn and Bacon.

### Kepribadian dan pilihan wisata

**Plog (1972)** adalah ahli pertama yang melakukan riset tentang kepribadian yang diaplikasikan khususnya pada turis. Plog mengkaitkan **personality traits** dengan **tourist behaviour**.

<b>Psychocentrics</b> are persons who are less adventurous, inward looking, who prefer familiarity in their roundings and concentrate on popular destinations.	<b>Allocentrics</b> , are adventurous and prepared to take risks and frequent destinations which appeal to their sense of adventure and novelty.
--	--

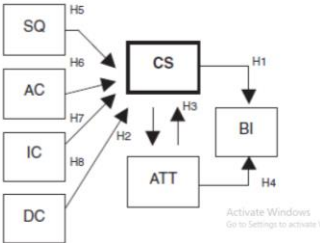



# Topik 12: Kepuasan Wisatawan

- (a) Pengertian Kepuasan
- (b) Penyebab Kepuasan Wisatawan
- (c) Akibat Kepuasan Wisatawan

### 4 MODEL KEPUASAN

SQ = service quality  
 AC = actual self-congruence  
 IC = ideal self-congruence  
 DC = desires congruence  
 CS = customer satisfaction  
 ATT = attitude towards the service organization  
 BI = behavioral intentions



### 11 KESIMPULAN

Hubungan antara **kepuasan pelanggan** dan **sikap pelanggan** bersifat **reciprocal (timbal balik)**. Sikap pelanggan tidak hanya berlaku sebagai **antecedent (sebab)** namun juga sebagai **consequence (akibat)** kepuasan pelanggan.

kepuasan pelanggan

↔

sikap pelanggan

Kepuasan pelanggan dan Sikap pelanggan harus dipertimbangkan dalam **memprediksi** intensi (niat) pelanggan untuk memberikan **rekomendasi** dan **datang kembali**.

# Topik 13: Loyalitas Wisatawan

(a) Pengertian Loyalitas

(b) Dimensi Loyalitas Wisatawan

### Definisi

Loyalty adalah komitmen yang dipertahankan oleh pelanggan untuk membeli kembali (**re-buy**) atau mengulang lagi pola yang sama (**re-patronize**) suatu **barang** atau **jasa** di masa mendatang, mengabaikan **pengaruh situasional** dan **usaha pemasaran**, yang berpotensi mengubah perilaku konsumen (Kotler, 2009).

Activate Windows  
Go to Settings to activate it

### Dimensi Loyalitas

Pelanggan yang memiliki loyalitas pura-pura (**spurious loyalty**) adalah pelanggan yang konsistensi perilakunya tinggi namun kelekatan psikologisnya lemah pada produk. Contoh pelanggan spurious adalah pelanggan yang memiliki keterbatasan akses pada produk yang disukai dan sebagai konsekuensinya memilih produk lain sebagai alternatif.

Pelanggan yang memiliki loyalitas laten (**latent loyalty**) adalah pelanggan yang memiliki preferensi pada suatu produk tapi tidak membeli ulang atau sedikit sekali membeli ulang. Loyalitas laten biasanya terkait dengan produk yang mahal yang menarik bagi semua segmen pembeli, meskipun peluang membelinya kecil sekali (misalnya wisata romantis ke Maldives).

Activate Windows  
Go to Settings to activate it

# Topik 14: Review materi

# Topik 15: Ujian Akhir Semester