**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA**

**2.1 Landasan Teori**

Di bawah ini merupakan ringkasan teori yang telah diungkapkan oleh para ahli tentang Teori Konsumsi ,Teori Kebutuhan, dan Teori Pariwisata.

**2.1.1 Pengertian Teori Konsumsi**

Pada dasarnya konsumsi merupakan suatu bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan ekonomi, konsumsi bertujuan untuk memenuhi kebetuhan hidup dan kepuasan manusia. Di dalam masyarakat tradisional, konsumsi merupakan aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari, sedangkan dalam masyarakat modern aktivitas mengonsumsi suatu barang dan jasa bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup pokok sehari – hari, melainkan juga untuk meningkatkan status sosial di lingkungan masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumsi merupakan aktivitas manusia dalam menggunakan daya guna suatu produk barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara terus menerus.

Menurut (Soediyono, 2000), pengeluaran konsumsi terbatas ditujukkan kepada pengeluaran konsumsi rumah tangga keluarga, yang meliputi semua pengeluaran rumah tangga keluarga, perseorangan, dan lembaga – lembaga swasta bukan perusahaan untuk membeli barang – barang dan jasa – jasa, sedangkan menurut (Sukirno, 2000), pola pengeluaran konsumsi individu maupun rumah tangga pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu konsumsi pangan (makanan) dan konsumsi non pangan (bukan makanan). Penggunaan pendapatan untuk konsumsi tersebut menentukan tingkat kesejahteraan masyarakat, semakin besar tingkat pendapatan yang digunakan untuk membeli bahan makanan menunjukkan konsumsi pangan (makanan) dan non pangan (bukan makanan) yang tinggi akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari masing – masing individu, sedangkan semakin rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat maka semakin kecil bagian pendapatan yang digunakan untuk membeli bahan makanan yang menunjukkan bahwa tingkat konsumsi pangan (makanan) dan non pangan (bukan makanan) yang rendah akan menurunkan tingkat masyarakat tersebut.

Adapun pendapat dari parah ahli lainnya seperti yang dikemukakan oleh Franco Modigliani dalam teorinya yang dikenal dengan teori *Life – Cycle* (Hipotesis Daur – Hidup) pada tahun 19050-an, beliau mengatakan bahwa secara sistematis pendapatan memiliki berbagai variasi selama kehidupan manusia, ketika pendapatan tinggi maupun ketika pendapatan rendah yang terjadi di masa hidupnya. Satu alasan penting bahwa pendapatan bervariasi selama kehidupan seseorang adalah masa pensiun. Rata - rata setiap orang pada umumnya merencanakan akan berhenti pada usia ±65 tahun dan mereka beranggapan bahwa pengahsilan yang mereka peroleh akan menurun ketika pensiun. Akan tetapi mereka tidak ingin standar kehidupannya mengalami penurunan yang cukup besar sebagaimana diukur dengan jumlah konsumsi mereka. Untuk mempertahankan konsumsi setelah berhenti bekerja, orang – orang harus menabung selama masa – masa kerja mereka. Fungsi Konsumsi yang dikembangkan dari teori ini adalah:

***C* = + *cYL***

Dengan catatan: *WR* sebagai kekayaan riil, *a* adalah kecenderungan mengonsumsi marjinal dari kekayaan, *YL* merupakan pendapatan tenaga kerja, dan *c* adalah kecenderungan mengonsumsi dari pendapatan tenaga kerja.

Kemudian menurut teori *Permanent Income* (Hipotesis Pendapatan Permanen), yang dikemukakan oleh Milton Friedman pada tahun 1957. Beliau menyatakan bahwa pendapatan sekarang (Y) sebagai jumlah dari dua unsur, yaitu pendapatan permanen (Yp) dan pendapatan transitoris (Yt). Pendapatan permanen adalah bagian pendapatan dari yang diharapkan oleh setiap individu untuk bertahan hidup di masa yang akan datang, sedangkan pendapatan transitoris adalah bagian pendapatan yang tidak diharapkan untuk bertahan hidup. Perbedaannya yaitu, pendapatan permanen adalah pendapatan rata – rata sedangkan pendapatan transitoris adalah deviasi secara acak dari rata – rata tersebut. Adapun fungsi konsumsi dari teori ini adalah sebagai berikut:

***Yd = Yp + Yt***

Dimana: *Yd* adalah pendapatan disposable saat ini, *Yp* merupakan pendapatan permanen, dan *Yt* adalah pendapatan transitori.

**2.1.1.1 Faktor – Faktor yang Memengaruhi Tingkat Konsumsi**

Berikut ini adalah faktor – faktor yang dapat memengaruhi kegiatan konsumsi, yang diantaranya seperti:

1. **Faktor Ekonomi**
2. Jumlah Anggota Keluarga, semakin banyak anggota keluarga maka akan semakin besar jumlah pengeluaran atau tingkat konsumsi terhadap suatu barang atau jasa.
3. Harga Barang, tingkat konsumsi dalam suatu keluarga tergantung dari ketersediaan barang atau jasa yang ada di pasar. Apabila harga barang naik tetapi pendapatan tetap, makan tingkat konsumsinya akan menurun. Begitupun apabila harga barang turun tetapi pendapatan tetap, maka tingkat konsumsi terhadap suatu barang akan naik atau meningkat.
4. Tingkat Penghasilan atau Pendapatan, semakin tinggi penghasilan atau pendapata seseorang makan akan semakin tinggi juga konsumsi yang dilakukannya.
5. Tingkat Bunga, tingginya tingkat bunga dapat mengurangi keinginan untuk mengonsumsi barang atau jasa, baik dilihat dari sisi keluarga dengan pendapatan tinggi maupun dari sisi keluarga dengan pendapatan rendah. Dengan tingkat bunga yang tinggi, maka biaya ekonomi *(opportunity cost)* dari kegiatan konsumsi akan semakin mahal. Sehingga ada kecendurangan masyarakat untuk menabung uang di bank dibandingkan menggunakan uang tersebut untuk membeli produk barang atau jasa di pasar.
6. **Faktor Demografi**
7. Jumlah Penduduk, banyaknya jumlah penduduk di suatu daerah maupun negara akan memperbesar jumlah pengeluaran secara agregat, meskipun jumlah pengeluaran rata – rata dari per individu atau per keluarga relatif rendah.
8. Komposisi Penduduk. Dilihat dari beberapa klasifikasi, komposisi penduduk diantaranya meliputi; usia (produktif dan tidak produktif), pendidikan (rendah, menengah, tinggi) dan wilayah tinggal (perkotaan dan pedesaan). Pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi yaitu semakin banyak penduduk yang berusia kerja atau produktif (15 – 64 tahun), tingginya tingkat pendidikan dan semakin banyak penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan dapat menyebabkan tingginya tingkat pengeluaran per individu atau per keluarga.
9. **Faktor Non – Ekonomi**

Faktor – faktor yang paling banyak memengaruhi tingginya tingkat konsumsi seseorang yaitu sosial dan budaya masyarakat di sekitarnya. Seperti berubahnya pola kebiasaan makan, perubahaan etika, dan norma karena adanya keinginan untuk meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap hebat.

**2.1.2 Pengertian Kebutuhan**

Menurut (Abraham Maslow,1994) seorang psikologis humanistik dari Amerika mengatakan bahwa manusia dimotivasikan oleh kebutuhan dasar yang bersifat sama untuk semua kalangan, tidak dapat berubah, dan berasal dari sumber genetis atau naluriah. Kebutuhan – kebutuhan tersebut merupakan inti dari kodrat manusia, hanya saja terkadang manusia itu lemah sehingga mudah tertipu dan dikuasai oleh proses belajar, kebiasaan, maupun tradisi yang keliru. Suatu sifat dapat dipandang sebagai kebutuhan dasar jika memenuhi syarat – syarat sebagai berikut:

1. Ketidakhadirannya menimbulkan penyakit.
2. Kehadirannya mencegah timbulnya penyakit.
3. Pemulihannya menyembuhkan penyakit.
4. Dalam situasi – situasi tertentu yang sangat kompleks dan setiap orang memiliki kebebasan untuk memilih, orang dengan berkekurangan secara *financial* akan mengutamakan kebutuhan dibandingkan jenis – jenis kepuasan lainnya.
5. Kebutuhan itu tidak aktif dan lemah atau secara fungsional tidak terdapat pada orang yang sehat.

Kemudian Moslow menyusun teori motivasi manusia yang disusun dalam bentuk hirarki atau berjenjang. Jenjang motivasi bersifat mengikat, dimana kebutuhan pada tingkat yang lebih rendah harus relatif terpenuhi sebelum disadari atau dimotivasi oleh kebutuhan yang jenjangnya lebih tinggi.

**Tabel 2.1 Jenjang Kebutuhan**

| **Jenjang Kebutuhan** | | **Deskripsi** |
| --- | --- | --- |
| Kebutuhan Berkembang *(Metaneeds)* | *Self Actualization Needs (Metaneeds)* | Kebutuhan orang untuk menjadi yang seharusnya sesuai dengan potensinya. Kebutuhan kreatif, realisasi diri, dan perkembangan diri. |
| Kebutuhan harkat kemanusiaan untuk mencapai tujuan, terus maju menjadi lebih baik. *Being-values* 17 kebutuhan yang berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman, pemakaian kemampuan kognitif secara positif mencari kebahagiaan dan pemenuhan kepuasaan untuk menghindari rasa sakit. Masing – masing kebutuhan berpotensi sama, satu kebutuhan bisa mengganti yang lainnya. |
| Kebutuhan Karena Kekurangan  *(Basic Needs)* | *Esteem Needs* | 1. Kebutuhan kekuatan, pengeuasaan, kompetensi, kepercayaan diri, dan kemandirian. 2. Kebutuhan prestise, penghargaan dari orang lain, status, ketenaran, dominasi, kehormatan, dan apresiasi. |
| *Love Needs/Belonging Needs* | Kebutuhan kasih sayang, keluarga, teman, pasangan, serta anak. Kebutuhan menjadi bagian kelompok masyarakat. (Menurut Maslow, kegagalan kasih sayang ini menjadi sumber hampir semua bentuk psikopatologi). |
| *Safety Needs* | Kebutuhan keamanan, stabilitas, struktur, hukum, keteraturan, batas, bebas dari rasa takut dan cemas. |
| *Psychological Needs* | Kebutuhan homoestatik: makan, minum, gula, garam, protein, serta kebutuhan istirahat. |

*Sumber: Teori Abraham Maslow*

Dari deskripsi tentang jenjang kebutuhan di atas, Maslow memperkirakan perhitungan rata – rata orang dengan jenjang kebutuhan yang terpenuhi, adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Prosentase Kebutuhan yang Terpenuhi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Kebetuhan yang Terpenuhi** | **Prosentase** |
| 1. | Fisiologis | 85% |
| 2. | Keamanan | 70% |
| 3. | Kasih Sayang | 50% |
| 4. | *Self Esteem* | 40% |
| 5. | Aktualisasi Diri | 10% |

*Sumber: Teori Abraham Maslow*

Dari tabel di atas, dapat menjelaskan bahwa dari setiap individu tidak ada yang kebutuhan dasarnya terpenuhi 100%. Dengan adanya pemisahan kebutuhan di atas, bukan berarti masing – masing jenjang bekerja secara eksklusif melainkan bekerja secara tumpang tindih, sehingga akan dapat termotivasi oleh dua kebutuhan atau lebih.

Untuk lebih jelasnya, jenjang atau hirarki kebutuhan dapat digambarkan melalui piramida, berikut ini adalah piramida tentang hirarki kebutuhan serta penjelasannya:



**Gambar 2.1**

**Piramida Hirarki Kebutuhan**

*Sumber: Teori Abraham Maslow*

1. **Kebutuhan Dasar 1: Kebutuhan Fisiologis *(Psychological Needs)***

Pada umumnya kebutuhan fisiologis bersifat neostatik (usaha menjaga keseimbangan unsur – unsur fisik), seperti makan, minum, gula, garam, protein, serta kebutuhan istirahat. Kebutuhan fisiologis ini sangat kuat, dalam keadaan absolut (kelaparan dan kehausan) semua kebutuhan lain ditinggalkan dan orang akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan ini.

1. **Kebutuhan Dasar 2: Kebutuhan Rasa Aman *(Safety Needs)***

Setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi dengan cukup, maka muncul kebutuhan keamanan, stabilitas, proteksi, struktur hukum, keteraturan, batas, kebebasan dari rasa takut, dan cemas. Kebutuhan fisiologis dan keamanan pada dasarnya adalah kebutuhan untuk mempertahankan hidup. Kebutuhan fisiologis adalah pertahanan hidup dalam jangka pendek sedangkan kebutuhan keamanan adalah pertahanan hidup dalam jangka panjang.

1. **Kebutuhan Dasar 3: Kebutuhan Kasih Sayang *(Love Needs/Belonging Needs)***

Setelah kebutuhan fisiologis dan keamanan relatif terpenuhi, kebutuhan akan kasih sayang dari kelompok sosial menjadi dominan. Setiap orang memiliki kepekaan terhadap kesendirian, pengasingan, ditolak oleh lingkungan, dan kehilangan sahabat bahkan cinta. Kebutuhan kasih sayang terus penting sepanjang hidup.

1. **Kebutuhan Dasar 4: Kebutuhan Penghargaan atau Harga Diri *(Esteem Needs)***

Ketika kebutuhan kasih sayang relatif telah tercukupi, kekuatan motivasinya akan melemah sehingga akan diganti oleh motivasi harga diri. Harga diri dibagi menjadi dua jenis, diantaranya adalah:

1. Menghargai diri sendiri *(self respect)* yaitu kebutuhan akan kekuatan, penguasaan, kompetensi, prestasi, kepercayaan diri, kemandirian, dan kebebasan.
2. Mendapat penghargaan dari orang lain *(respect from other)* yaitu kebutuhan akan prestise, penghargaan dari orang lain, status, ketenaran, dominasi, menjadi orang penting, kehormatan, diterima dan diapresiasi oleh orang lain. Setiap orang membutuhkan pengetahuan bahwa dirinya dikenal dan dinilai baik oleh orang lain.
3. **Kebutuhan Meta: Kebutuhan Aktualisasi Diri *(Self Actuality Needs)***

Setelah semua kebutuhan dasar telah terpenuhi, maka muncullah kebutuhan meta atau kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan yang mampu mewujudkan seluruh bakat –kemampuan potensinya dengan maksimal. Aktualisasi diri adalah keinginan untuk memperoleh kepuasan dari dirinya sendiri *(self fullfilment)* untuk menyadari semua potensi yang ada di dalam dirinya sehingga dapat menjadi apa yang dia inginkan. Seseorang yang dapat mencapai tingkat aktualisasi diri ini dapat menjadi manusia yang utuh, dapat memperoleh kepuasaan dari kebutuhan – kebutuhan yang bahkan orang lain tidak menyadari kebutuhan semacam itu.

* + - 1. **Jenis – Jenis Kebutuhan**

Jenis – jenis kebutuhan dibedakan menjadi 4 bagian, yaitu menurut intensitas, sifat, waktu, dan subjek. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. **Kebutuhan Menurut Intensitas Kegunaannya**

Berdasarkan intensitas kebutuhan dapat dibedakan menjadi tiga bagian, yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Ketiga kebutuhan tersebut berdasarkan kebutuhan terhadap kelangsungan hidup. Dalam arti, semakin erat suatu kebutuhan dengan kelangsungan hidup seseorang maka kebutuhan tersebut dikategorikan sebagai kebutuhan primer. Begitupun sebaliknya, semakin rendah keterkaitan suatu kebutuhan dengan kelangsungan hidup seseorang maka kebetuhan tersebut dapat dikategorikan sebagai kebutuhan sekunder dan tersier.

1. Kebutuhan Primer adalah kebutuhan yang benar – benar sangat dibutuhkan oleh seseorang dan mempunyai sifat yang wajib dipenuhi, jika tidak dipenuhi maka akan berakibat buruk terhadap kelangsungan hidupnya. Contohnya: minum, makanan, pakaian, dan lain sebagainya.
2. Kebutuhan Sekunder pada umumnya muncul setelah kebutuhan primer terpenuhi. Kebutuhan sekunder ini berbeda – beda pada setiap orang tergantung pada kemampuan ekonominya. Bagi seseorang yang mempunyai penghasilan tinggi, membeli sebuah kendaraan bermotor keluaran terbaru merupakan kebutuhan sekunder, sementara bagi seseorang dengan penghasilan yang rendah sebuah kendaraan bermotor merupakan barang mewah yang tidak mungkin dapat dibeli.
3. Kebutuhan Tersier adalah kebutuhan tingkat ketiga setelah kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan tersier pada umumnya merupakan sebuah kebutuhan akan barang - barang mewah yang bertujuan untuk menunjukkan kemapanan dan status sosial dimata masyarakat secara umum. Contohnya seperti rumah mewah, mobil mewah, perhiasan mahal, jet pribadi, dan lain sebagainya.
4. **Kebutuhan Berdasarkan Sifat**

Kebutuhan menurut sifat dapat dibedakan menjadi dua, yaitu kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Untuk membedakannya kebutuhan tersebut bisa dilihat dari dampak atau pengaruhnya terhadap diri manusia itu sendiri yang terdiri dari jasmani dan rohani.

1. Kebutuhan jasmani berkaitan erat dengan fisik seseorang, contohnya yang berkaitan dengan kesehatan maupun penampilan seseorang. Misalnya: makanan dan minuman bergizi, istirahat yang cukup, berolah raga, dan sebagainya.
2. Kebutuhan rohani merupakan kebutuhan yang berhubungan dengan jiwa seseorang. Contohnya ketenangan, beribadah, bersosialisasi, kebutuhan berekreasi, dan melakukan atau menikmati aktivitas berkesenian.
3. **Kebutuhan Berdasarkan Waktu**

Kebutuhan berdasarkan waktu dapat dibedakan menjadi tiga bagian, antara lain yaitu:

1. Kebutuhan Sekarang adalah kebutuhan yang harus dipenuhi saat ini atau sekarang juga dan tidak bisa ditunda. Contohnya yaitu ada makanan untuk orang yang lapar, ada minuman untuk orang yang haus, dan ada obat untuk orang yang sakit.
2. Kebutuhan Masa Mendatang adalah kebutuhan yang bersifat lebih kepada persiapan dan persediaan untuk mengantisipasi kebutuhan di masa mendatang. Contohnya asuransi dan tabungan.
3. Kebutuhan yang Tidak Menentu yaitu kebutuhan yang timbul akibat sesuatu yang terjadi secara tiba – tiba dan tidak disengaja yang sifatnya insidentil atau kadang – kadang. Contohnya member bantuan kepada orang yang membutuhkan.
4. **Kebutuhan Berdasarkan Subjek**

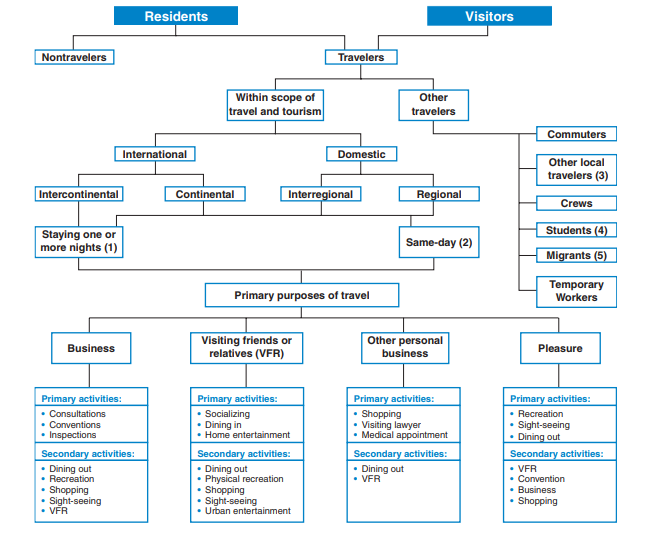
Kebutuhan berdasarkan subjeknya dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu kebutuhan individu dan kebutuhan kolektif.

1. Kebutuhan individu bersifat perseorangan sehingga kebutuhan ini berbeda pada setiap orang. Seperi misalnya seorang pelajar membutuhkan buku, pulpen, pensil, dan sebagainya, sedangkan seorang tukang kayu lebih membutuhkan gergaji, paku, palu, dan sebagainya untuk melaksanakan berbagai aktivitas yang berhubungan dengan pekerjaannya.
2. Kebutuhan kolektif adalah kebutuhan yang diperlukan oleh banyak orang, yang biasanya dimanfaatkan untuk kepentingan bersama dalam suatu kelompok atau masyarakat. Contohnya jalan, jembatan, rumah sakit, dan tempat – tempat rekreasi.
   * 1. **Pengertian Pariwisata**

Menurut (Goeldner dan Ritchie, 2009) dalam bukunya yang berjudul “*Tourism Principles, Practices, Philosophies”* menyatakan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan sekelompok orang maupun individu, seperti mengunjungi tempat – tempat khusus untuk bertamasya, mengunjungi teman atau keluarga, berlibur, dan menikmati waktu yang baik. Mereka juga menghabiskan waktu luang dengan melakukan berbagai olah raga, berjemur, berbincang – bincang, menaiki wahana, melakukan tur, membaca, ataupun sekedar menikmati keindahan lingkungan sekitar. Apabila mempertimbangkan dalam subjek lain, dalam hal ini dapat memasukkan definisi tentang orang – orang pariwisata yang berpartisipasi dalam kegiatan konvensi, konferensi bisnis atau sejenis bisinis maupun kegiatan profesional lainnya.

Setiap upaya yang dilakukan untuk mendefinisikan pariwisata dan menggambarkan ruang lingkup yang sepenuhnya harus mempertimbangkan berbagai kelompok yang berpartisipasi di dalamnya dan dipengaruhi oleh industri pariwisata ini, perspektif tersebut sangat penting untuk pengembangan definisi yang komprehensif. Terdapat empat perspektif yang berbeda dalam mengidentifikasi pariwisata yaitu wisatawan, bisnis yang menyediakan barang dan layanan wisata, pemerintah dari komunitas tuan rumah atau daerah, dan komunitas tuan rumah. Goeldner dan Richie juga mengidentifikasi tentang klasifikasi yang dapat menggambarkan kegiatan wisatawan dalam melakukan perjalanan.

Tujuan yang telah diidentifikasi tersebut menunjukkan semakin banyak bukti yang menyatakan bahwa kunjungan kepada teman atau kerabat merupakan motivasi dasar seseorang melakukan perjalanan. Meskipun ada bukti lain yang menyatakan bahwa tujuan utama seseorang melakukan perjalanan untuk kombinasi alasan seperti urusan bisnis maupun liburan.



**Gambar 2.2**

**Klasifikasi Wisatawan**

*Sumber: Tourism Principle, Practices, Philosophies*

**2.1.3.1 Karakteristik Pariwisata**

Beberapa karakteristik yang dimiliki oleh industri pariwisata menurut (Lickorish dan Jenkins, 1997) adalah sebagai berikut:

1. *Problem of Definition.* Masalah definisi adalah sebuah kesulitan yang serius dan berkelanjutan dalam membuat analasis pariwisata, khususnya dalam menganalisis sifat yang tidak berbentuk dari industri pariwisata yang mengakibatkan sulitnya mengevaluasi dampak dari aktivitas ekonomi yang relatif terhadap sektor lain dalam ekonomi.
2. *Changes Within the Industry.* Pada tahun 1945 yang merupakan tahun dimulainya perkembangan pertumbuhan ekonomi utama di industri pariwisata, dimana pada tahun 1950-an pariwisata adalah industri yang terfragmentasi: hotel, operator transportasi, agen perjalanan, operator tur, cenderung bekerja secara independen.
3. *The Role of Government.* Peran pemerintah di negara maju terhadap industri pariwisata yaitu memberikan infrastruktur dan melakukan campur tangan seperlunya untuk mengarahkan dan mendorong pertumbuhan pariwisata, sedangkan di negara berkembang pemerintah memiliki peran yang lebih aktif dan pro-intervensi terhadap pertumbuhan pariwisata.
4. *Global Tourism.* Istilah globalisasi pariwisata seringkali digunakan, namun memiliki interpretasi yang tidak sesuai. Hal tersebut harus digunakan merujuk tidak hanya pada kegiatan pariwisata, tetapi juga meruk pada distribusi kegiatan. Seorang wisatawan tidak hanya bepergian ke negara tujuan tradisional, tetapi juga tujuan wisata baru yang terdapat di peta pariwisata global.
5. *Supply*-*side factors*. Perubahan yang telah dijelaskan dapat dikategorikan sebagai faktor dari sisi pemintaan yang memengaruhi volume permintaan. Faktor – faktor dari sisi penawaran juga memiliki peranan yang cukup penting untuk mengidentifikasi sejumlah karakteristik sisi penawaran yang penting bagi pembangunan dari industri pariwisata diberbagai negara.
   * + 1. **Jenis - Jenis Pariwisata**

Setiap orang melakukan perjalanan untuk memperoleh tujuan dan memuaskan bermacam – macam keinginan. Disamping itu, untuk keperluan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan itu sendiri, perlu juga dibedakan antara pariwisata dengan jenis pariwisata lainnya, sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan akan dapat berwujud seperti yang diharapkan dari kepariwisataan itu sendiri. Berikut ini adalah beberapa bentuk dari keparawisataan, diantaranya adalah:

1. Menurut Letak Geografis, dimana kegiatan pariwisata dibedakan menjadi:
2. Pariwisata Lokal *(local tourism),* yaitu kepariwisataan yang ruang lingkupnya lebih sempit dan terbatas dalam tempat – tempat tertentu saja. Misalnya kepariwisataan Yogyakarta, kepariwisataan Kota Bandung.
3. Pariwisata Regional *(regional tourism),* yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, regional dalam lingkungan nasional dan regional ruang lingkup internasional.
4. Pariwisata Nasional *(national tourism),* yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana wisatawannya tidak hanya terdiri dari warga negaranya sendiri melainkan juga wisatawan asing yang tinggal di daerah tersebut. Misalnya kepariwisataan yang ada di daerah – daerah dalam suatu wilayah Indonesia.
5. Pariwisata Regional – Internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas – batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misalnya kepariwisataan ASEAN.
6. Pariwisata Internasional *(international tourism)*, yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan diberbagai negara di dunia.
7. Menurut Pengaruhnya terhadap Neraca Pembayaran
8. Pariwisata Aktif *(Inbound tourism),* yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu. Hal ini tentu akan menambah pemasukan devisa bagi negara yang dikunjungi sehingga dapat memperkuat neraca pembayaran negara tersebut.
9. Pariwisata Pasif *(Outbound tourism)*, yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara sendiri yang melakukan perjalanan ke luar negeri. Jika dilihat dari segi pemasukan devisa negara, hal tersebut dapat merugikan negara asal wisatawan karena uang yang dibelanjakan itu terjadi di luar negeri.
10. Menurut Tujuan Perjalanan
11. *Business Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar, dan lain sebagainya.
12. *Vocational Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana orang – orang melakukan perjalanan wisata yang terdiri dari orang – orang yang sedang berlibur, cuti, dan lain – lain.
13. *Educational Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung atau orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan belajar atau mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan.
14. *Familiarization Tourism*, yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan untuk mengenal lebih jauh bidang atau daerah yang berkaitan dengan pekerjaannya.
15. *Scientific Tourism*, yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penelitian terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan.
16. *Special Mission Tourism*, yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud tertentu. Misalnya misi kesenian, misi olah raga, dan misi lainnya.
17. *Hunting Tourism*, yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk melakukan perburuan yang diijinkan oleh pemerintah setempat dengan tujuan untuk hiburan.
18. Menurut Waktu Berkunjung
19. *Seasonal Tourism*, yaitu jenis kegiatan pariwisatanya berlangsung pada musim – musim tertentu. Contoh: Summer tourism, Winter Tourism, dan lain sebagainya.
20. *Occasional Tourism*, yaitu perjalanan yang dilakukan wisatawan dihubungkan dengan kejadian *(occasion)* maupun suatu *event*. Misalnya Sekaten di Yogyakarta, dan lain sebagainya.
21. Menurut Objeknya
22. *Cultural Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni dan budaya dari suatu tempat, daerah, maupun negara.
23. *Recuperational Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan penyakit atau berobat.
24. *Commercial Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan yang berhubungan dengan kegiatan perdagangan nasional dan internasional.
25. *Sport Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan adalah untuk melihat atau menyaksikan suatu kegiatan olah raga di suatu tempat atau negara tertentu.
26. *Political Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan adalah untuk melihat atau menyaksikan sutu peristiwa yang berhubungan dengan negara tersebut.
27. *Social Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana dari jenis penyelenggaraannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan.
28. *Religion Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan tujuannya adalah untuk melihat acara – acara keagamaan.
29. *Marine Tourism*, merupakan kegiatan pariwisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, olah raga, dan lain sebagainya.
30. Menurut Jumlah Orang yang Melakukan Perjalanan
31. *Individual Tourism*, yaitu seorang wisatawan yang melakukan perjalanan wisata.
32. *Family Tourism*, yaitu sekelompok orang atau keluarga yang melakukan perjalanan wisata
33. *Group Tourism*, yaitu jenis pariwisata dimana yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari banyak orang yang tergabung dalam satu rombongan atau kelompok yang telah terorganisasi. Seperti *tour operator/travel agent*.

**2.1.2.3 Faktor – Faktor yang Memengaruhi Permintaan Pariwisata**

Menurut (Lickorish dan Jenkins, 1997), dalam mempertimbangkan faktor – faktor penentu permintaan, terlebih dahulu harus memisahkan faktor ekonomi, faktor sosial, dan struktural dari motivasi penentu.

1. **Faktor Ekonomi**
2. Perjalanan Liburan (*Leisure Travellers*). Dalam perspektif ekonomi, hal yang penting adalah permintaan turunan, yaitu keinginan dan kemampuan untuk bepergian didukung oleh tingkat pendapatan yang memadai untuk memfasilitasi keinginan tersebut.
3. Perjalanan Bisnis (*Business Travellers*). Perjalanan bisnis dipengaruhi oleh keadaan ekonomi. Pada saat perusahaan mengalami resesi, pihak perusahaan dapat mengganti dari harga tarif penerbangan yang mahal ke tarif penerbangan yang lebih murah, atau membatasi jumlah perjalanan.
4. Faktor Penawaran (*Supply Factors*). Arah permintaan dalam jangka pendek dipengaruhi oleh faktor motivasi dan penawaran, sedangkan dalam jangka panjang akan dipengaruhi oleh perubahan relatif dalam nilai tukar dan harga perjalanan.
5. Transportasi (*Transport*). Mudahnya moda transportasi yang didapat menjadi salah satu faktor penentu permintaan pariwisata dalam memudahkan wisata untuk mencapai ke tempat yang akan dituju.
6. **Faktor Non-Ekonomi**

Faktor non-ekonomi ini dibedakan menjadi dua bagian, yaitu struktural dan motivasi, diantaranya adalah sebagai berikut;

1. Faktor Struktural (*Structural Factors*)
2. Jumlah Penduduk (*Population*). Jumlah penduduk merupakan salah satu bahan baku yang harus ada dalam sektor pariwisata. Dalam menganalisis permintaan pariwisata, jumlah populasi yang absolut memiliki relevansi yang sangat kecil. Rasio antara jumlah penduduk di negara – negara terkecil memiliki tingkat kecenderungan yang tinggi untuk melakukan perjalanan wisata.
3. Kegiatan Waktu Luang (*Leisure Time Activity*). Di negara maju telah menggunakan beberapa konsep untuk meningkatkan standar hidup bagi serikat pekerja, diantaranya yaitu mengurangi rata – rata kerja dalam satu minggu, mengurangi rata – rata kerja dalam satu tahun, dan mengurangi rata – rata dalam kehidupan bekerja. Konsep yang dilakukan oleh negara maju tersebut dapat memengaruhi permintaan pariwisata internasional.
4. Faktor Motivasi (*Motivasional Factors*)
5. Pendidikan (*Education*). Tingkat pendidikan yang dicapai oleh seseorang dengan rasa keingintahuan yang besar untuk mengenal budaya luar memiliki kecenderungan yang tinggi untuk melakukan perjalanan.
6. Urbanisasi (*Urbanization*). Dalam kenyataan yang terjadi, sebagian besar penduduk yang tinggal diperkotaan cenderung menikmati pendapatan yang tinggi, namun tekanan yang dihadapinya lebih besar jika dibandingkan dengan penduduk yang tingal di pedesaan. Hal itu dibuktikan dengan destinasi liburan yang memiliki perbedaan dengan lingkungan yang biasa mereka tempati. Faktor tersebut dapat memengaruhi permintaan pariwisata.
7. Pemasaran (*Marketing*). Salah satu faktor motivasi dalam pariwisata yaitu dari segi pemasaran yang baik dalam memperkenalkan destinsai yang ada di suatu daerah atau suatu negara untuk menarik minat calon wisatawan.
8. Perdagangan Pariwisata (*The Travel Trade*). Perdagangan pariwisata seperti agent perjalanan dan operator tur yang baik dalam menyediakan banyaknya pilihan destinasi yang tersedia dapat memengaruhi banyak sedikitnya permintaan wisatawan untu melakukan perjalanan.
9. Tempat Tujuan Wisata (*Destination Attractions*). Sebagian orang melakukan perjalanan wisata untuk memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan fisik maupun kebutuhan psikologis. Tujuan wisata yang paling sering dikunjungi misalnya pariwisata budaya, olah raga musim dingin, menyelam, dll.
   1. **Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan dan tolak ukur agar mempermudah dalam menentukan langkah – langkah yang sistematis baik dari segi teori maupun konsep dalam menyelesaikannya. Menurut (Masyhuri dan Zainuddin, 2008) mengatakan bahwa dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus belajar dari penelitian lain, untuk menghindari terjadinya kesamaan dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang telah dibuat oleh penelitin sebelumnya.

**Tabel 2.3**

**Penelitian Terdahulu**

| **No.** | **Peneliti** | **Judul** | **Metode** | **Variabel** | **Hasil** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Ismayanti; Ina Djamhur; Levyda | *Indonesian Tourists Preferences Influence Of Conscious And Unconscious Motives*  *(2011: Vol.12, No.1., 11 – 23)* | Metode Analisis Kualitatif dengan menggunakan Data Primer dan Data Sekunder | **Motif yang tidak disadari**  ***Dependent Variables*:**  Keinginan, Kesediaan, Daya Tarik & Kegiatan  ***Independent Variables*:**  Kegembiraan, Penjelajahan, Kesehatan, Gengsi, Keagamaan, Memperbaiki diri, Interaksi Sosial, Waktu Luang, Perjalanan financial. | Menurut hasil yang telah diestimasi, menunjukkan bahwa setiap variabel bebas yang diteliti memiliki hubungan yang positif terhadap pilihan wisatawan Indonesia. |
| **Motivasi yang disadari**  ***Dependent Variables*:**  Daya Tarik & Kegiatan, Aksesibilitas, Fasilitas  ***Independent Variables*:**  Berbasis Alam, Berbasis Budaya, Buatan Manusia, Kemudahan Transportasi, Intensitas Perjalanan, Jarak, Fasilitas yang canggih, Infrastruktur yang baik. |
| 2. | Agoes Tinus Lis Indrianto | *International Tourists Trend: The Case of Indonesian Outbound Tourist In Australia*  *(2005: Vol.1, No.2., 54 – 62)* | Data Deskriptif Kuantitatif, Analisis Data Sekunder | ***Dependent Variable*:**  Wisatawan Outbound Indonesia di Australia  ***Independent Variables*:**  Jarak Perjalanan, Pengeluaran Wisatawan Indonesia di Australia, Jenis Akomodasi yang digunakan Wisatawan Indonesia di Australia, Perilaku Makan Wisatawan di Australia | Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh yang ditimbulkan dari kegiatan wisatawan outbound Indonesia dapat membantu menambah cadangan devisa Australia, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Australia. |
| 3. | Young Seaon Park | *Determinants Of Korean Outbound Tourism*  *(2016: Vol.4, No.2., 92 – 98)* | Metode Kuantitatif, Analisis Data Sekunder | ***Dependent Variable*:**  Arus Wisatawan Outbound Korea  ***Independent Variables*:**  GDP, Jarak, Ekspor, Harga, Penerbangan (sebagai variabel dummy) | Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor GDP memiliki hubungan yang positif terhadap jumlah  wisatawan dan variabel jarak  memiliki hubungan negatif, dan analisis variabel lain seperti export, harga dan penerbangan juga memberikan dampak positif terhadap jumlah arus  wisatawan. |
| 4. | Joo Hwan Seo; Sung Yong Park; Larry Yu | *The analysis of the relationship of Korean Outbound Tourism demand: Jeju Island and Three International Destination*  *(2009: 30, 530 – 543)* | Metode Analisis Kuantitatif | ***Dependent Variables*:**  Permintaan pariwisata Pulau Jeju, Permintaan Pariwisata Singapura, Permintaan Pariwisata Philipina, Permintaan Pariwisata Thailand  ***Independent Variables*:**  Indeks Produk Industri (IPI), Gross Domestic Product (GDP), Variabel dummy, Nilai Tukar. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah wisatawan outbound Korea memberikan dampak positif terhadap daerah atau negara yang dikunjunginya. Akibat banyaknya jumlah wisatawan Korea ke negara destinasi yang ada di negara Asia Tenggara seperti Philipina, Thailand, dan Singapura dapat memberikan pengaruh terhadap nilai tukar, dan akibat dari banyaknya wisatawan Korea yang mengunjungi destinasi domestik, seperti Pulau Jeju dapat meningkatkan pendapatan asli daerah tersebut. |
| 5. | George Athanasopoulus; Minfeng Deng; Gang Li; and Haiyan Son | *Domestic and Outbound Tourism in Australia*  *(2014: 45, pp. 159 – 170)* | Metode Kuantitatif, Analisis Data Sekunder | ***Dependent Variable*:**  *Bagdet share* dari Tujuan Wisata.  ***Independent Variables*:**  Ukuran Harga Produk, Total Pengeluaran, Indeks Harga Keseluruhan, Total Pengeluaran per kapita riil Destinasi: Australia (wisatawan domestik), Asia, UK, US, and New Zealand | Dalam penelitian mendapatkan hasil bahwa kegiatan pariwisata domestik dianggap sebagai kebutuhan oleh masyarakat Australia sendiri dan permintaan akan pariwisata lebih sedikit dibandingkan dengan permintaan untuk wisata outbound, yang menyebabkan defisit perdagangan dalam beberapa tahun terakhir. |
| 6. | Myeong-Joo Kang | *Determinants of Chinese tourism Demand to South Korea*  *(2016: Vol.30, No.4, pp. 69 – 83)* | Pendekatan Fungsi Permintaan, Analisis Kuantitatif | ***Dependent Variabels*:**  Arus Pariwisata secara Keseluruhan dari China ke Korea Selatan  ***Independent Variabels*:**  GDP per kapita, Harga Relatif, Total Perdagangan antara China dan Korea, Jumlah Penduduk China, Harga Minyak Mentah | Koefisien dari GDP riil per kapita dan perdagangan berubah menjadi elastis dengan tanda positif. Biaya pariwisata di Korea dari variabel harga relative dan harga minyak mentah juga menjadi faktor yang menentukan permintaan wisatawan, koefisien variabel tersebut berubah menjadi elastis dengan tanda negatif. |
| 7. | M. Ariza Eka Yusendra | Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Domestik Nusantara  *(2015: Vol.01, No.1., 46 – 64)* | Metode Analisis Kualitatif dengan menggunakan Data Primer dan Data Sekunder | ***Dependent Variabel*:**  Wisatawan Domestik Nusantara  ***Independent Variabels*:**  Motivasi Personal, Ketersediaan obyek dan produk wisata, rekomendasi dari *travel agent*, Tingkat Pendapatan, Harga Paket Wisata, Transportasi dan Akses Jalan, Gaya Hidup, Cuaca dan Iklim, Pengalaman Masa Lalu, *Event – Event* dan Hiburan, Hobi dan Ketertarikan, Special Promo dari Organisasi Pariwisata atau *Travel Agent*, Kesehatan Personal, Kepribadian, Teknologi pendukung, Pengetahuan tentang destinasi wisata, *Words of mouth*, Kondisi Politik dan Keamanan, Kondisi Higeanitas Lingkungan. | Dari hasil penelitian ini, menyatakan bahwa faktor yang paling menentukan seseorang dalam melakukan perjalanan wisata adalah motivasi atau keinginan dari setiap individu, setiap individu berhak untuk memiliki alasan berdasarkan dari faktor pendorong maupun faktor penarik yang bersifat sosio-psikologis. |

**2.3 Kerangka Pemikiran**

Dewasa kini, masyarakat khususnya negara Indonesia banyak melakukan perjalanan wisata baik wisata yang ada di dalam negeri (wisatawan nusantara) maupun berwisata di luar negeri (wisatawan *outbound*). Adapun dalam penelitian ini, faktor yang mendorong masyarakat Indonesia untuk melakukan perjalanan wisata yaitu dipengaruhi oleh beberapa hal seperti: pendapatan per kapita masyarakat *(income per capita)*, gaya hidup *(lifestyle)*, pendidikan *(education),* jumlah penduduk (population), harga relatif *(relative price),* dan variabel dummy tentang cuti bersama*.* Berikut ini adalah skema untuk menggambarkan kerangka dari pemikiran penulis:

***Income per Capita* (X1)**

**H1**

***Lifestyle* (X2)**

**H2**

**Jumlah Wisatawan Nusantara**

**dan**

**Jumlah Wisatawan**

**Nasional (*Outbound*)**

**(Y)**

***Education* (X3)**

**H3**

**H4**

***Population* (X4)**

**H5**

***Exchange Rate* (X5)**

**H6**

**H7**

***Relative Price* (X6)**

***Dummy*: Cuti Bersama (X7)**

**Bagan 2.1**

**Skema Kerangka Pemikiran**

Dari kerangka pemikiran di atas, dapat dijelaskan bahwa dengan pendapatan per kapita *(income per capita)* yang diperoleh setiap wisatawan tinggi maka akan meningkatkan jumlah perjalanan wisata, baik wisata dalam negeri maupun wisata outbound. Berlaku sebaliknya, jika pendapatan perkapita yang diperoleh setiap wisatawan rendah maka jumlah perjalanan wisata juga akan menurun. Hal tersebut dapat memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan.

Dalam penelitian ini, penulis memasukkan variabel gaya hidup untuk melihat pengaruhnya terhadap jumlah perjalanan wisata dengan menggunakan data jumlah penggunaan internet di Indonesia, yang merupakan proxy dari gaya hidup *(lifestyle).* Dimana mayoritas masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan internet diantaranya yaitu untuk melakukan transaksi online seperti booking hotel, pesan tiket pesawat, dan lain sebagainya secara online. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi masyarakat dalam menggunakan internet maka jumlah perjalanan wisata di dalam negeri baik domestik maupun outbound akan mengalami peningkatan.

Pendidikan *(education)* dapat memengaruhi jumlah perjalanan wisata, dimana semakin tinggi tingkat pendidikan dari masyarakat atau wisatawan tersebut maka akan meningkatkan jumlah perjalanan wisata. Hal ini dikarenakan semakin tinggi pendidikan dari wisatawan atau individu tersebut, maka pendapatan yang diperoleh cenderung tinggi sehingga wisatawan - wisatawan memiliki berbagai variasi dalam pemilihan wisata. Sebaliknya, untuk individu atau wisatawan dengan pendidikan rendah biasanya memiliki pendapatan rendah sehingga cenderung memiliki keterbatasan dalam pemilihan wisata.

Jumlah penduduk *(population)* dapat memengaruhi jumlah perjalanan wisatawan nusantara maupun wisatawan outbound, dimana suatu negara dengan jumlah penduduk yang sedikit akan meningkatkan motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Hal ini dikarenakan tingkat pendapatan yang diperoleh negara tersebut cenderung tinggi, sehingga pendapatan per kapita masyarakat negara tersebut juga tinggi. Namun, apabila negara dengan jumlah penduduk yang banyak dapat mengurangi motivasi dalam melakukan perjalanan, karena tingkat pendapatan per kapita masyarakat di negara tersebut cenderung rendah.

Nilai tukar *(exchange rate)* dapat memengaruhi jumlah perjalanan wisatawan *outbound*, dengan nilai tukar rupiah terhadap dollar mengalami depresiasi maka akan menurunkan jumlah perjalanan wisatawan nusantara, karena mahalnya biaya akomodasi seperti penginapan, transportasi, makan dan minum yang menjadi faktor penentu seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Apabila nilai tukar rupiah terhadap dollar mengalami apresiasi, menyebabkan murahnya biaya akomodasi seperti penginapan, transportasi, makan dan minum untuk menunjang kebutuhan selama melakukan trip, sehingga dapat meningkatkan jumlah perjalanan wisatawan nusantara.

Harga relatif *(relative price)* merupakan proxy dari indeks harga konsumen dan inflasi. Harga relatif dapat memengaruhi jumlah perjalanan wisata di suatu negara. Semakin tinggi inflasi di negara tersebut maka akan berakibat pada mahalnya harga – harga produk dan jasa di negara tersebut, sehingga dapat menyebabkan jumlah perjalanan wisata di negara tersebut mengalami penurunan. Begitupun sebaliknya, apabila tingkat inflasi di negara tersebut menurun maka akan menyebabkan murahnya harga barang dan jasa, sehingga dapat meningkatkan jumlah wisata yang berkunjung ke negara tersebut.

Variabel dummy tentang cuti bersama juga dapat memengaruhi jumlah perjalanan wisata, karena semakin banyak hari yang ditetapkan sebagai hari cuti bersama nasional dapat meningkatkan jumlah perjalanan wisata ke berbagai daerah atau negara.

Hipotesis penelitian bertujuan untuk melihat jawaban sementara dari skema kerangka pemikiran yang telah dibuat, maka hipotesis dari penelitian ini yaitu:

* Terdapat pengaruh positif antara motivasi dari sisi permintaan dan sisi penawaran terhadap jumlah perjalanan nusantara (*domestic travel*) dan perjalanan nasional (*outbound tourist*).
* Pendapatan per kapita berpengaruh positif terhadap jumlah wisnas dan wisnus.
* Gaya hidup berpengaruh positif terhadap jumlah wisnas dan wisnus.
* Pendidikan berpengaruh positif terhadap jumlah wisnas dan wisnus.
* Jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap jumlah wisnas dan wisnus.
* Harga relatif berpengaruh negatif terhadap jumlah wisnas.
* Nilai tukar berpengaruh negatif terhadap jumlah wisnas dan wisnus.
* Variabel dummy cuti bersama berpengaruh positif terhadap jumlah wisnas dan wisnus.