

**LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL PROYEK AKHIR**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMBELI PAKET WISATA TAMAN NASIONAL TANJUNG  
PUTING**

NAMA : ADVENTINEO VIMBA H.  
NIM : 201822600  
JURUSAN : PERJALANAN  
PROGRAM STUDI : USAHA PERJALANAN WISATA

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
MARSIANUS RAGA, SST. Par., MM. Par.  
NIP. 19751024 200902 1 001

  
R. ANGGI P. SUPRIADI, MM. Par.  
NIP. 198602012 02421 1 002

Bandung, 11 Juni 2024

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama

NI GUSTI MADE KERTI UTAMI, BA., MM.Par., CHE  
NIP. 19710316 199603 2 001

## **MOTTO**

*"Kunci keberhasilan yang sebenarnya adalah konsistensi."*

(B.J. HABIBIE)

## **PERSEMPAHAN**

Terima kasih sebanyak-banyaknya kepada ibu, ayah, dan saudara, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan cinta sepanjang perjalanan proyek akhir ini dan kepada teman-teman seperjuangan atas semangat dan dukungannya.

## **PERNYATAAN MAHASISWA**

### **SURAT PERNYATAAN**

### **PERNYATAAN MAHASISWA**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

**Nama** : Adventineo Vimba Hardenna  
**Tempat/Tanggal Lahir** : Kumai/14 Juli 2000  
**NIM** : 201822600  
**Program Studi** : Usaha Perjalanan Wisata  
**Jurusan** : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:  
**“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Paket Wisata Taman Nasional Tanjung Puting”**  
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 20 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Adventineo Vimba Hardenna

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan dalam pembelian paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting. Terdapat empat (4) faktor utama yang diteliti: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Populasi pada penelitian adalah wisatawan domestik yang membeli paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting. Metodologi penelitian menggunakan metode kuantitatif meliputi survei terhadap 103 responden yang pernah membeli paket perjalanan Taman Nasional Tanjung Puting. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan dan sangat berpengaruh adalah faktor psikologis, diikuti dengan faktor pribadi dan faktor budaya, sedangkan faktor sosial belum memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan wisatawan. Oleh sebab itu, penelitian ini merekomendasikan untuk mempertimbangkan aspek psikologis ketika memahami keputusan wisatawan saat membeli paket perjalanan.

**Kata Kunci** : Keputusan Wisatawan, Paket Wisata, Taman Nasional Tanjung Puting

## ***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the factors influencing tourists decision-making in purchasing tour packages to Taman Nasional Tanjung Puting (Tanjung Puting National Park). Four (4) main factors are investigated: cultural, social, personal, and psychological. The study population consists of domestic tourists who have purchased tour packages to Taman Nasional Tanjung Puting. The research methodology employs a quantitative approach, including a survey of 103 respondents who have used tour packages to the national park. The analysis results indicate that the most dominant and influential factor is psychological, followed by personal and cultural factors, while social factors have a weaker impact on tourists decisions. This study underscores the importance of considering psychological aspects when understanding tourists choices in purchasing tour packages.*

***Keywords:*** *Tourists Decisions, Tour Packages, Tanjung Puting National Park*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa, karena dengan izin dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir Proyek Akhir yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan dalam Membeli Paket Wisata Taman Nasional Tanjung Puting” dengan lancar dan tepat waktu. Dalam pelaksanaan penyusunan Proyek Akhir Proyek Akhir ini, penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan ini dapat berjalan dengan lancar. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par., CEE selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Marsianus Raga, S.ST.Par. selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan selaku pembimbing utama.
4. Bapak Faisal Fahdian Puksi, S.Hum., M.SC. M. Hum., selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak R. Anggi Supriadi, MM. Par. Selaku pembimbing pendamping.

6. Seluruh dosen dan staf pengajar, khususnya pada program studi Usaha Perjalanan Wisata dan Jurusan Perjalanan, yang sudah berbagi pengetahuan sehingga penulis dapat menyusun laporan ini dengan baik dan lancar.
7. Taman Nasional Tanjung Puting beserta Balai Taman Nasional Tanjung Puting, Dinas Pariwisata Kotawaringin Barat, dan ASITA Kotawaringin Barat yang sudah mengizinkan dan membantu penulis dalam melaksanakan penelitian.
8. Ayah, ibu, kakak, adik, dan keluarga besar penulis yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan mendukung penulis.
9. Yazid, Taufik, Ferdy, Aziz, Fahmi, Pii, serta rekan-rekan UPW 2018 dan UPW 2019 yang terus memberi dukungan dan bantuan kepada penulis.

Dalam penulisan dan penyusunan Proyek Akhir ini, penulis menyadari masih terdapat ketidaksempurnaan di dalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran serta kritik yang bersifat membangun dari seluruh pihak.

Bandung, 11 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
MOTTO .....	ii
PERSEMPAHAN.....	iii
PERNYATAAN MAHASISWA.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT.....</i>	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Kajian Teori .....	9
1. Pariwisata.....	9
2. Paket Wisata.....	10
3. Wisata Minat Khusus.....	10
4. Wisatawan.....	11
5. Keputusan Pembelian.....	11
6. Faktor yang Mempengaruhi Pembelian.....	13
B. Kerangka Pemikiran .....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	25
A. Pendekatan Penelitian.....	25
B. Objek Penelitian .....	26
C. Populasi dan Sampling .....	26

D. Metode Pengumpulan Data .....	28
E. Definisi Variabel Operasional .....	30
F. Analisis Data .....	34
G. Jadwal Penelitian.....	40
BAB IV .....	39
A. Hasil Penelitian .....	39
B. Pembahasan.....	63
BAB V .....	76
A. Kesimpulan .....	76
B. Rekomendasi.....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Taman Nasional Tanjung Puting.....	6
Tabel 2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	13
Tabel 3 Skala Likert.....	29
Tabel 4 Matriks Operasional Variabel.....	31
Tabel 5 Uji Validitas.....	35
Tabel 6 Reliabilitas .....	40
Tabel 7 Statistik Reliabilitas .....	40
Tabel 8 Timeline Penyusunan Proyek Akhir .....	40
Tabel 9 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 10 Data Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 11 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi.....	41
Tabel 12 Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
Tabel 13 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Karena Mudahnya Akses Menuju Destinasi .....	44
Tabel 14 Budaya Dan Sejarah Dari Kawasan Taman Nasional Tanjung Puting Menjadi Alasan Berkunjung Anda.....	45
Tabel 15 Mengunjungi Taman Nasional Tanjung Puting Sudah Menjadi Agenda Tahunan Anda.....	46
Tabel 16 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Karena Keberagaman Flora Dan Faunanya.....	46
Tabel 17 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Untuk Dapat Mencoba Makanan Khas Daerahnya .....	47
Tabel 18 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Karena Memberikan Ilmu Mengenai Pelestarian Lingkungan .....	48
Tabel 19 Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Sudah Menjadi Kebiasaan Atau Gaya Hidup Anda.....	49
Tabel 20 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Karena Ajakan Dari Rekan/Kerabat.....	50
Tabel 21 Keluarga Anda Mendukung Anda Untuk Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting.....	51
Tabel 22 Anda Mengunjungi Taman Nasional Tanjung Puting Karena Pengaruh Peran Dan Status Anda Dalam Masyarakat .....	51
Tabel 23 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Untuk Mengikuti Tren	52
Tabel 24 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Untuk Mendapat Relasi/Teman Baru.....	53
Tabel 25 Anda Merasa Di Usia Yang Tepat Untuk Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting.....	54
Tabel 26 Anda Memegang Peranan/Jabatan Penting Dalam Pekerjaan Anda Sehingga Mampu Untuk Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting .....	55

Tabel 27 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Karena Memiliki Kondisi Ekonomi Yang Memumpuni.....	55
Tabel 28 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Untuk Menunjukkan Kemampuan Keuangan/Pendapatan Anda.....	56
Tabel 29 Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Membuat Rasa Kepercayaan Diri Anda Menjadi Tinggi .....	57
Tabel 30 Anda Termotivasi Untuk Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting....	58
Tabel 31 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Karena Ingin Mencari Pengalaman Baru .....	59
Tabel 32 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Karena Persepsi Anda Terhadap Taman Nasional Tanjung Puting Sangat Baik.....	60
Tabel 33 Anda Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting Karena Telah Mendapatkan Informasi Mengenai Destinasi Tersebut Dengan Baik .....	60
Tabel 34 Anda Tetap Merasa Aman Dan Nyaman Saat Berkunjung Ke Taman Nasional Tanjung Puting.....	61
Tabel 35 Anda Merasa Destinasi Wisata Taman Nasional Tanjung Puting Dapat Menjadi Tempat Untuk Melepas Penat Anda .....	62
Tabel 36 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Sub-Variabel Faktor Budaya....	64
Tabel 37 Rentang Nilai Sub-Variabel Faktor Budaya .....	65
Tabel 38 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Sub-Variabel Faktor Sosial .....	66
Tabel 39 Rentang Nilai Sub-Variabel Faktor Sosial.....	67
Tabel 40 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Sub-Variabel Faktor Pribadi ....	68
Tabel 41 Rentang Nilai Sub-Variabel Faktor Pribadi.....	69
Tabel 42 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Sub-Variabel Faktor Psikologis .....	70
Tabel 43 Rentang Nilai Sub-Variabel Faktor Psikologis.....	71

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	22
----------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Mov .....	82
Lampiran 2 Kuesioner.....	85
Lampiran 3 Hasil Turn It In.....	90
Lampiran 4 Lampiran Bimbingan.....	91
Lampiran 5 Izin Penelitian.....	92
Lampiran 6 Telah Menyelesaikan Penelitian.....	93
Lampiran 7 Dokumentasi.....	94

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pandemi Covid-19 telah mengubah rutinitas dan perilaku kita sehari-hari, termasuk yang terkait dengan pariwisata. Epidemi ini berdampak signifikan pada industri pariwisata. Perusahaan pariwisata terpaksa menyesuaikan diri dengan keadaan saat ini karena penutupan perbatasan, pembatasan perjalanan, dan penurunan jumlah pengunjung. Pandemi ini telah mempengaruhi seluruh aspek pariwisata, mulai dari penerbangan, akomodasi, makanan dan minuman, hingga atraksi wisata. Penutupan perbatasan dan pembatasan perjalanan yang diterapkan oleh banyak negara telah menyebabkan turunnya jumlah wisatawan secara drastis. Menurut laporan dari World Tourism Organization (UNWTO), sektor pariwisata global mengalami penurunan sebesar 80% pada tahun 2021. Jumlah ini setara dengan kehilangan pendapatan sekitar 1,9 triliun dolar Amerika Serikat dan mengancam penghidupan 100 juta pekerja pariwisata di seluruh dunia. (Ekon, 2022) Namun dengan adanya vaksinasi dan *booster*, kasus Covid-19 pun mulai menurun, dan negara-negara mulai membuka kembali perbatasan mereka dan memfasilitasi perjalanan. Dengan demikian, para pelaku bisnis pariwisata pun mulai menyesuaikan diri dengan situasi yang baru ini.

Memasuki era pasca pandemi Covid-19, mulai banyak orang yang mencari destinasi-destinasi untuk berwisata kembali. Pariwisata merupakan salah satu sektor di Indonesia yang memberikan pengaruh baik terhadap perekonomian. Dengan adanya kegiatan kepariwisataan, sebuah wilayah dan masyarakatnya dapat meraih manfaat berupa peningkatan pendapatan daerah dari wisatawan yang berkunjung (Kemenparekraf, 2020). Sektor pariwisata sangat terpengaruh oleh epidemi Covid-19, ada beberapa tren yang muncul selama pandemi yang diperkirakan akan berlanjut di masa depan. Salah satu tren ini adalah kecenderungan wisatawan untuk melakukan wisata lebih personal dan eksklusif.

Dalam situasi di mana jarak sosial dan kesehatan menjadi prioritas utama, wisatawan cenderung menghindari kerumunan dan membeli pengalaman yang lebih eksklusif. Tren lain yang dapat terlihat dalam pariwisata pasca pandemi adalah adanya peningkatan permintaan untuk tujuan wisata alam dan luar ruangan. Seiring dengan pandemi ini, banyak orang merasa perlu untuk menikmati waktu di alam terbuka dan menjauh dari kerumunan. Hal ini berarti bahwa destinasi wisata alam dan luar ruangan dapat menjadi lebih populer, dan bisnis pariwisata harus mempertimbangkan untuk menawarkan pengalaman seperti itu. Namun ada juga tantangan yang harus dihadapi oleh bisnis pariwisata pasca pandemi. Salah satunya adalah masalah kesehatan dan keselamatan. Mengingat merebaknya Covid-19, sangat penting untuk menegakkan prosedur kesehatan dan keselamatan yang ketat di semua tempat usaha pariwisata, termasuk di hotel, restoran, objek wisata, dan lain-lain.

Selain itu, bisnis pariwisata harus menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen. Salah satu perubahan perilaku konsumen yang signifikan selama pandemi adalah preferensi untuk menghindari kerumunan dan tempat-tempat yang ramai. Hal ini dapat berdampak pada minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata yang biasanya ramai, seperti pantai atau kota besar, dan lebih membeli destinasi wisata yang lebih tenang dan sepi. Selain itu, kekhawatiran akan kesehatan dan keselamatan juga dapat mempengaruhi keputusan wisatawan dalam membeli destinasi wisata dan aktivitas yang ingin dilakukan selama liburan. Wisatawan cenderung memilih destinasi yang menerapkan protokol kesehatan dan keselamatan ketat, serta menawarkan aktivitas luar ruangan atau di lokasi yang tidak padat. Perubahan perilaku konsumen ini dapat mempengaruhi bisnis pariwisata dan destinasi wisata dalam menentukan strategi dan taktik pemasaran.

Bisnis pariwisata dan destinasi wisata perlu memahami perubahan ini dan menyesuaikan diri dengan tren baru dalam perilaku konsumen, seperti menawarkan paket wisata yang lebih personal dan eksklusif atau paket wisata alam dan luar ruangan. Dalam hal ini, penting bagi bisnis pariwisata dan destinasi wisata untuk memberikan pengalaman wisata yang aman dan menyenangkan bagi wisatawan, dengan menerapkan protokol kesehatan dan keselamatan yang ketat dan menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen selama pandemi, serta bisa menjadi peluang bagi bisnis pariwisata untuk menawarkan paket wisata yang lebih personal dan eksklusif. Dengan meningkatnya peningkatan tren wisata luar ruangan, yang juga sejalan dengan program Renstra Kemenparekraf 2020-2024 untuk mempromosikan pariwisata Indonesia. Strategi pemasaran pariwisata yang digunakan berfokus pada upaya meraih

segmen pasar wisatawan internasional premium, khususnya wisatawan yang bersedia mengeluarkan uang dalam jumlah besar selama kunjungan ke lokasi wisata. Lebih jauh, pendekatan ini dilaksanakan melalui pengembangan pariwisata khusus yang menarik minat wisatawan dengan potensi tersebut (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Destinasi wisata di Indonesia sendiri tersebar di berbagai penjuru daerah. Salah satu destinasi wisata unggulan yang berbasis wisata alam adalah di Kalimantan Tengah dengan Taman Nasional Tanjung Puting sebagai atraksi wisata minat khusus andalan yang paling diminati oleh wisatawan terutama mancanegara (Visit Kotawaringin Barat, 2021). Tanjung Puting dan sekitarnya adalah area wisata di Provinsi Kalimantan Tengah, tepatnya dalam wilayah Taman Nasional Tanjung Puting. Taman nasional ini mencakup Kabupaten Kotawaringin Barat dan Kabupaten Seruyan, dengan luas total sekitar 415.040 hektar. Tanjung Puting, sebuah hutan hujan tropis, terkenal karena biodiversitasnya yang kaya, khususnya populasi orangutan, monyet bekantan, monyet ekor panjang, dan lutung. Pengelolaan kawasan ini berada di bawah Seksi Pengelolaan Taman Nasional Wilayah III, Balai TNTP, Kementerian Lingkungan Hidup dan Hutan. Kawasan pariwisata yang sudah berkembang terletak di Kabupaten Kotawaringin Barat, yang beribukota di Kota Pangkalan Bun. Dermaga kapal untuk memasuki kawasan pariwisata TNTP di Kumai terletak sekitar 15 km dari Kota Pangkalan Bun.

Untuk memasuki kawasan pariwisata TNTP menggunakan kapal klotok atau speedboat yang tersedia dalam beberapa ukuran dan pilihan harga. Secara umum aksesibilitas menuju Tanjung Puting sudah baik. Tanjung Puting dan sekitarnya dapat

diakses melalui jalur udara dan darat. Tanjung Puting dan sekitarnya merupakan destinasi wisata terkenal yang banyak diminati wisatawan mancanegara, khususnya wisatawan dari Eropa. Tanjung Puting dan sekitarnya terkenal sebagai habitat alami utama orang utan. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Tanjung Puting dan sekitarnya sebagian besar tertarik dengan atraksi dan aktivitas utama yang berpusat pada pemberian makan (*feeding animal*) orang utan. Selama musim puncak, terdapat konsentrasi kunjungan di tiga kamp tertentu, yaitu Kamp Tanjung Harapan, Kamp Tanggui, dan Kamp Leakey.

Taman Nasional Tanjung Puting menawarkan keindahan alam dan kekayaan fauna yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung. Seiring dengan mulai kembali meningkatnya minat wisatawan dalam berwisata dan permintaan dalam kunjungan ke Taman Nasional Tanjung puting semakin menaik, maka para penyedia paket wisata perlu gempar melakukan promosi untuk destinasi Taman Nasional Tanjung Puting. Paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting sendiri menawarkan pengalaman melihat langsung orang utan di habitat aslinya. Sebagai sebuah industri yang bergerak dalam bidang jasa pariwisata, pihak penyedia paket wisata harus memperhatikan kebutuhan dan preferensi konsumen agar bisa bersaing dengan paket wisata lainnya. Taman Nasional Tanjung Puting sendiri merupakan salah satu destinasi wisata yang terdampak oleh pandemi Covid-19, namun dengan mulai adanya tren-tren baru, menjadikan Taman Nasional Tanjung Puting sebagai destinasi wisata yang memiliki potensi tinggi untuk mendatangkan lebih banyak wisatawan pasca pandemi. Berdasarkan data yang didapat dari Balai Taman Nasional Tanjung Puting, mulai

terjadi peningkatan pada jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Nasional Tanjung Puting pada tahun 2022, dan sampai pada puncak pengunjung tertinggi pada tahun 2023. Namun untuk wisatawan domestik masih lebih sedikit bila dibandingkan dengan wisatawan mancanegara, maka hal ini pun dapat menjadi dorongan bagi Taman Nasional Tanjung Puting untuk terus meningkatkan pelayanan atau pun produk yang dapat ditawarkan, terutama juga berlaku untuk para pelaku wisata yang menjual produk paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting untuk dapat lebih mendatangkan wisatawan domestik.

**TABEL 1**

**Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Taman Nasional Tanjung Puting (TNTP)**

TAHUN	WISATAWAN		JUMLAH
	MANCANEGARA	DOMESTIK	
2018	18.834	10.449	29.283
2019	14.552	10.937	25.489
2020	1.245	420	1.665
2021	501	780	1.281
2022	18.677	6.646	25.323
2023	51.288	11.299	62.587

<b>JUMLAH</b>	<b>105.097</b>	<b>40.531</b>	<b>145.628</b>
---------------	----------------	---------------	----------------

*Sumber : Balai Taman Nasional Tanjung Puting (2023)*

Dengan merujuk pada informasi di atas, peneliti berharap dapat mempelajari lebih lanjut tentang apa yang membuat orang membeli paket liburan ke Taman Nasional Tanjung Puting dengan melakukan survei ini terutama pada wisatawan domestik. Banyak aspek individu, sosial, budaya, dan psikologis yang berperan dalam keputusan pembelian akhir konsumen (Kotler, 2016). Dari hal tersebut, penulis ingin menganalisis lebih dalam dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan dalam Membeli Paket Wisata Taman Nasional Tanjung Puting”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah yang didapat adalah bagaimana keputusan wisatawan dalam membeli paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting. Dengan jabaran dari rumusan masalah tersebut adalah berupa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana keputusan wisatawan dalam membeli paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting berdasarkan faktor sosial?
2. Bagaimana keputusan wisatawan dalam membeli paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting berdasarkan faktor budaya?

3. Bagaimana keputusan wisatawan dalam membeli paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting berdasarkan faktor pribadi?
4. Bagaimana keputusan wisatawan dalam membeli paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting berdasarkan faktor psikologis?

### C. Batasan Masalah

Merujuk pada rumusan masalah yang telah disebutkan, peneliti akan membatasi penelitian pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan domestik dalam membeli paket wisata Taman Nasional Tanjung Puting pasca pandemi *Covid-19*.

### E. Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan yang dimiliki oleh penilitian ini di antara lain :

#### 1. Tujuan Formal

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program Diploma IV Jurusan Perjalanan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.

#### 2. Tujuan Operasional

Tujuan Operasional dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keputusan wisatawan domestik dalam membeli paket wisata Tanjung Puting di masa paska pandemi *Covid-19*.

## **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini terbagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu :

### **1. Bagi Industri**

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi sumber informasi yang berharga bagi industri pariwisata di Kalimantan Tengah yang menawarkan paket wisata untuk Taman Nasional Tanjung Puting. Studi ini juga bertujuan untuk membantu Taman Nasional Tanjung Puting dalam memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang preferensi konsumen dan proses pengambilan keputusan saat membeli paket wisata untuk taman tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengembangan paket wisata untuk Taman Nasional Tanjung Puting dan meningkatkan daya tarik wisata pasca pandemi Covid-19.

### **2. Bagi Ilmu Pengetahuan**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menambahkan ilmu pengetahuan, terutama di bidang perjalanan.

### **3. Bagi Peneliti**

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi para peneliti untuk meningkatkan pemahaman dan keahlian mereka dalam aktivitas ilmiah, sehingga memfasilitasi pengembangan wawasan dan informasi baru.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Pariwisata**

Menurut Damanik (2006) yang mengutip A.J. Burkat, pariwisata dapat diartikan sebagai ketika seseorang pindah ke tempat yang berbeda dari tempat biasanya dalam jangka waktu pendek untuk melakukan kegiatan di sana. Menurut Pitana dan Gyatri (2005) yang merujuk pada Mathieson & Wall, pariwisata diartikan sebagai aktivitas sementara di luar lingkungan tempat tinggal dan pekerjaan dengan menyediakan fasilitas yang memenuhi kebutuhan wisatawan. Berdasarkan Youti (1991:103), bepergian dari satu lokasi ke lokasi lain merupakan arti harfiah dari istilah "pariwisata," yang berasal dari kata Sansekerta "pari" (berarti "banyak" atau "semua") dan "wisata" (berarti "perjalanan"). Menurut penelitian Mill dan Morrison (1985), beberapa parameter sosial ekonomi, termasuk usia, tingkat pendapatan, dan pendidikan, berdampak pada permintaan pariwisata. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, yang berkaitan dengan kepariwisataan, menyatakan bahwa sumber daya alam, sejarah, seni, dan budaya Indonesia merupakan aset yang berharga untuk kemajuan kepariwisataan, dengan tujuan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan penduduk. Definisi pariwisata dapat berbeda-beda di antara para ahli, tetapi pada hakikatnya, pariwisata mengacu pada perjalanan yang