

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Pariwisata**

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

Kata pariwisata secara umum telah diterima sebagai terjemahan dari kata tourism (Inggris), atau toerisme (Belanda). Pemaknaan yang demikian sebenarnya rancu. Kerancuan ini terjadi karena kata pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yaitu “pari” yang berarti seluruh, semua dan penuh dan “wisata” yang berarti perjalanan (Soebagyo; 2010).

Jadi pariwisata berarti perjalanan penuh, yaitu berangkat dari sesuatu tempat, menuju dan singgah di suatu atau beberapa tempat dan kembali ke tempat asal. Dalam Bahasa Inggris dikenal kata travel, tour dan tourism. Kata travel dapat diterjemahkan dan mempunyai arti yang sama dengan kata perjalanan atau wisata. Kata tour berarti perjalanan keliling yang sebenarnya sama artinya dengan kata pariwisata (Soebagyo; 2010).

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

## 2. Berbagai Macam Bentuk Pariwisata

Menurut Suwanto (2004) ada berbagai macam bentuk pariwisata bila ditinjau dari berbagai macam segi:

a. Dari segi jumlahnya wisata dibedakan atas:

- 1) *Individual tour* (wisatawan perorangan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami isteri.
- 2) *Family group tour* (wisata keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
- 3) *Group tour* (wisata rombongan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya. Biasanya paling sedikit 100 orang. Dengan dilengkapi diskon dari perusahaan principal bagi orang kesebelas. Potongan ini berkisar antara 25-50% dari ongkos penerbangan atau penginapan.

b. Dari segi kepengaturannya, wisata dibedakan atas:

- 1) *Pre-arranged tour* (wisata berencana), yaitu suatu perjalanan wisata yang jauh hari sebelumnya telah diatur segala sesuatu baik transportasi, akomodasi, maupun objek-objek yang akan dikunjungi. Biasanya wisata jenis ini diatur oleh suatu lembaga yang khusus mengurus, mengatur maupun menyelenggarakan perjalanan wisata dengan bekerja sama dengan semua instansi atau lembaga yang terkait dengan kepentingan tersebut.
- 2) *Package tour* (wisata paket atau paket wisata), yaitu suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan atau perusahaan transport yang bekerja sama dengannya dimana harga paket wisata tersebut telah

mencakup biaya perjalanan, hotel ataupun fasilitas lainnya yang memberikan kenyamanan bagi pembelinya. Dengan kata lain paket wisata ini adalah suatu produk wisata yang merupakan suatu komposisi perjalanan yang disusun dan dijual guna memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan perjalanan wisata.

- 3) *Coach tour* (wisata terpimpin), yaitu suatu paket perjalanan eksekursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan pimpinan oleh seorang pemandu wisata dan merupakan perjalanan wisata yang diselenggarakan secara rutin, dalam jangka yang telah ditetapkan dan dengan rute perjalanan yang tertentu pula.
- 4) *Special arranged tour* (wisata khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan seseorang langganan atau lebih sesuai dengan kepentingannya.
- 5) *Optional tour* (wisata tambahan/manasuka), yaitu suatu perjalanan wisata tambahan diluar pengaturan yang telah disusun dan diperjanjikan pelaksanaannya, yang dilakukan atas permintaan pelanggan.

c. Dari segi maksud dan tujuannya, wisata dibedakan atas:

- 1) *Holiday tour* (wisata liburan), yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang-senang dan menghibur diri.
- 2) *Familiarization tour* (wisata pengenalan), yaitu suatu perjalanan anjangan yang dimaksudkan guna menegnal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya. Misalnya, sebuah biro perjalanan luar negeri mengadakan perjalanan wisata bagi karyawan-karyawannya ke Indonesia guna menegnal lebih lanjut objek-objek wisata yang ada di Indonesia agar nantinya mereka dapat memberikan informasi yang lebih baik mengenai Indonesia.

- 3) *Education Tour* (wisata pendidikan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjungi. Wisata jenis ini disebut juga sebagai study tour atau perjalanan kunjungan pengetahuan.
  - 4) *Scientific tour* (wisata pengetahuan), yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan. Misalnya, kunjungan wisata melihat bunga bangkai berbunga (*raflesia arnodi*), menyelidiki kehidupan komodo, dan lain-lain.
  - 5) *Pilgrimage tour* (wisata keagamaan), yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan, misalnya perjalanan umroh.
  - 6) *Special mission tour* (wisata kunjungan khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud khusus, misalnya misi dagang, misi kesenian, dan lain-lain.
  - 7) *Special programme tour* (wisata program khusus), yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus, misalnya Ladies Programme, suatu kunjungan sesuai objek wisata oleh para istri atau pasangan karena suaminya mengikuti rapat, konferensi atau pertemuan khusus.
  - 8) *Hunting tour* (wisata perburuan), yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata-mata. Contohnya, berburu babi hutan di Sumatera, berburu Kanguru di Australia, dan lain-lain.
- d. Dari segi penyelenggaraannya, wisata dibedakan atas:
- 1) *Eskursi (excursion)*, yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek wisata.

- 2) *Safari tour*, yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan maupun peralatan khusus pula yang tujuan manapun objeknya bukan merupakan objek kunjungan wisata pada umumnya. Misalnya, perjalanan wisata safari ke Blauran di Jawa Timur, safari tour ke Ujung Kulon, dan lain-lain.
- 3) *Cruise tour*, yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek-objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar sebagai basis pemberangkatannya.
- 4) *Youth tour* (wisata remaja), yaitu kunjungan wisata yang penyelenggaranya khusus diperuntukan bagi remaja menurut golongan umur yang ditetapkan oleh hukum Negara masing-masing. Di Indonesia yang dianggap remaja adalah mereka yang masih dalam pendidikan Sekolah Menengah atas, belum duduk di bangku perguruan tinggi, atau mereka yang usianya masih dibawah 21 tahun, dan belum kawin.
- 5) *Marine tour* (wisata bahari), yaitu suatu kunjungan di objek wisata, khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, *wreck-diving* (menyelam) dengan perlengkapan selam lengkap.

## **B. Pengertian Wisatawan**

Menurut Suwanto (2004), seseorang atau kelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata disebut dengan wisatawan (*tourist*), jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau Negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau Negara yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 25 jam maka mereka disebut pelancong (*excursionist*).

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan atau kunjungan sementara secara sukarela ke suatu tempat di luar tempat tinggalnya sehari-hari untuk suatu maksud tertentu dan tidak memperoleh penghasilan tetap ditempat yang dikunjunginya (Sammeng, 2001).

Menurut Undang-undang No.9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

Wisatawan adalah pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam disuatu destinasi yang dikunjunginya dengan tujuan untuk bersenang-senang (*pleasure*), bisnis, keluarga, misi, atau pertemuan (Utama, 2001).

## **C. Fasilitas Wisata**

### **1. Pengertian Fasilitas Wisata**

Fasilitas wisata menurut Yoeti (2003), adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu didaerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang disediakan di daerah tujuan wisata tersebut.

Fasilitas wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata (Suwantoro, 2004).

### **2. Variabel Fasilitas Wisata**

Menurut Suwantoro (1997) variabel kebutuhan wisatawan terhadap fasilitas yang diperlukan pada umumnya adalah:

- a. Kebutuhan akan transportasi.
- b. Kebutuhan akan penginapan dari berbagai jenis dengan tarif dan pelayanan yang sesuai dengan budgetnya. Fasilitas yang diberikan adalah jasa akomodasi yang variabel, antara lain hotel, losmen, dan jenis penginapan lainnya.
- c. Kebutuhan akan makanan dan minuman. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut wisatawan memerlukan jasa pangan yang menyediakan pelayanan makanan-minuman, baik makanan spesifik daerah setempat (*local food*) maupun makanan asal negara wisatawan. Sarana yang harus tersedia antara lain bar, restoran, dan lain-lain.
- d. Kebutuhan untuk melihat dan menikmati objek wisata, atraksi wisata serta tour tempat-tempat yang menarik. Kunjungan wisatawan di suatu daerah terutama adalah karena adanya suatu atraksi wisata yang menarik, di samping karena dorongan rasa ingin tahu. Fasilitas yang diperlukan adalah jasa angkut, pelayanan perjalanan, biro perjalanan, guide, dan angkutan wisata.
- e. Kebutuhan akan hiburan dan kegiatan rekreasi di waktu senggang. Fasilitas yang mereka perlukan adalah tempat-tempat hiburan, lapangan golf, kolam renang, dan lain-lain.
- f. Kebutuhan akan barang-barang cinderamata yang spesifik dan khas buatan masyarakat setempat, yang dapat dijadikan kenang-kenangan perjalanannya atau untuk oleh-oleh. Untuk memenuhi kebutuhan ini diperlukan toko-toko cinderamata (*souvenir shop*) sebagai penyalur produk seni kerajinan setempat.
- g. Kebutuhan untuk mendapatkan barang-barang konsumsi/keperluan pribadi yang didorong oleh keinginan berbelanja barang-barang yang harganya relatif lebih murah dibandingkan apabila dibeli di negara tempat tinggal wisatawan. Fasilitas yang diperlukan adalah tersedianya toko-toko serba ada atau toko-toko biasa dengan harga bersaing.

### 3. Komponen Fasilitas Wisata

Menurut (Mukhlas, 2008) fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu:

- a. Fasilitas utama, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objek wisata.
- b. Fasilitas pendukung, sarana yang pada proporsinya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah.
- c. Fasilitas penunjang, pada dasarnya merupakan sarana yang bersifat sebagai pelengkap utama sehingga wisatawan terpenuhi apapun kebutuhan selama mengunjungi.

Fasilitas yang timbul karena adanya daya tarik antara lain fasilitas pengunjung.

Fasilitas pengunjung adalah bangunan di luar fasilitas primer yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama masih berada di lokasi wisata. Fasilitas pengunjung terdiri dari fasilitas sekunder dan fasilitas konvensional.

- 1) Fasilitas sekunder, yaitu bangunan yang bukan daya tarik utama wisata akan tetapi digunakan untuk memenuhi kebutuhan utama wisatawan seperti menginap, makan, toko cinderamata.
- 2) Fasilitas kondisional, yaitu unsur yang diperlukan sebelum fasilitas primer dan sekunder dimanfaatkan wisatawan, seperti sarana dan prasarana transportasi.

Fasilitas kondisional terdiri atas:

- a) Kios/warung merupakan tempat yang menjual barang-barang ringan seperti makanan dan minuman ringan, rokok, obat-obatan dan lainlain;
- b) Kamar bilas/toilet merupakan ruang dengan sarana air bersih dan difungsikan untuk umum;
- c) Gedung serbaguna, merupakan tempat untuk melakukan kegiatan yang bersifat dalam ruangan yang dilengkapi dengan fasilitas kelengkapan pengunjungnya;

- d) Gedung pusat informasi yang merupakan sebuah tempat dimana wisatawan yang berkunjung dapat memperoleh gambaran tempat yang dikunjungi;
- e) Kantor polisi adalah kantor tempat satuan keamanan bekerja sesuai tugas yang telah diwajibkan kepadanya;
- f) Taman disini adalah ruang terbuka dengan tatanan *landscape* yang teratur;
- g) Sarana ibadah disini adalah masjid dan mushola dengan fungsi sebagai tempat masyarakat dan wisatawan melakukan kewajibannya.

#### **D. Kepuasan Wisatawan**

##### **1. Pengertian Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas atau senang (Kotler dan Keller, 2009).

Suatu objek wisata harus dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan dianggap sebagai indikator produk wisata yang berkualitas menurut Swarbrooke dan Horner (2007) manfaat dari mewujudkan kepuasan pelanggan adalah dapat membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut. Kepuasan juga dapat mendorong perilaku pembelian ulang berdasarkan pengalaman sebelumnya yang memuaskan.

Aliman & Hashim (2007) mendefinisikan kepuasan wisatawan sebagai tingkat kesenangan pemenuhan wisata yang terjadi dari pengalaman perjalanan tentang fitur produk atau layanan yang memenuhi keinginan, harapan dan keinginan wisatawan sehubungan dengan perjalanan. Kepuasan itu tercipta dengan perbandingan harapan

pelanggan sebelum dan sesudah konsumsi. Dalam konteks pariwisata, kepuasan terutama disebut sebagai fungsi dari ekspektasi pra perjalanan dan pengalaman pasca perjalanan. Turis puas ketika pengalaman melampaui harapan.

Menurut Mythili (2017) Kepuasan pelanggan adalah “Konsep psikologis yang melibatkan perasaan kesejahteraan dan kesenangan yang dihasilkan dari mendapatkan apa yang diharapkan untuk dan mengharapkan dari produk dan / atau layanan yang menarik. Hasil utama dari kepuasan pariwisata yang akan mempengaruhi niat pariwisata masa depan untuk mengunjungi kembali keduanya jangka pendek dan panjang adalah kesetiaan ke tujuan.

## **2. Pengukuran Kepuasan Wisatawan**

Ada beberapa metode yang bias digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan mereka dan pelanggan pesaing. Tjiptono (2005:) Pengukuran kepuasan pengunjung perlu dilakukan dengan alasan yaitu :

- a. *System* keluhan dan saran.
- b. *Ghost Shopping (Mystery shopping)*
- c. *Lost customer analysis*
- d. *Survey* kepuasan pelanggan

## **3. Manfaat Kepuasan Wisatawan**

Menurut Tjiptono (2003) adanya kepuasan wisatawan dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah :

- a. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- c. Dapat mendorong kepuasan sehingga terciptanya loyalitas pelanggan.

- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
- f. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

#### **4. Faktor Kepuasan Wisatawan**

Menurut Rosita (2016) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pengunjung yaitu:

- a. Kualitas Produk, pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas Pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.
- d. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan meberikan nilali yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- e. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa tersebut.

## E. Penelitian Terdahulu

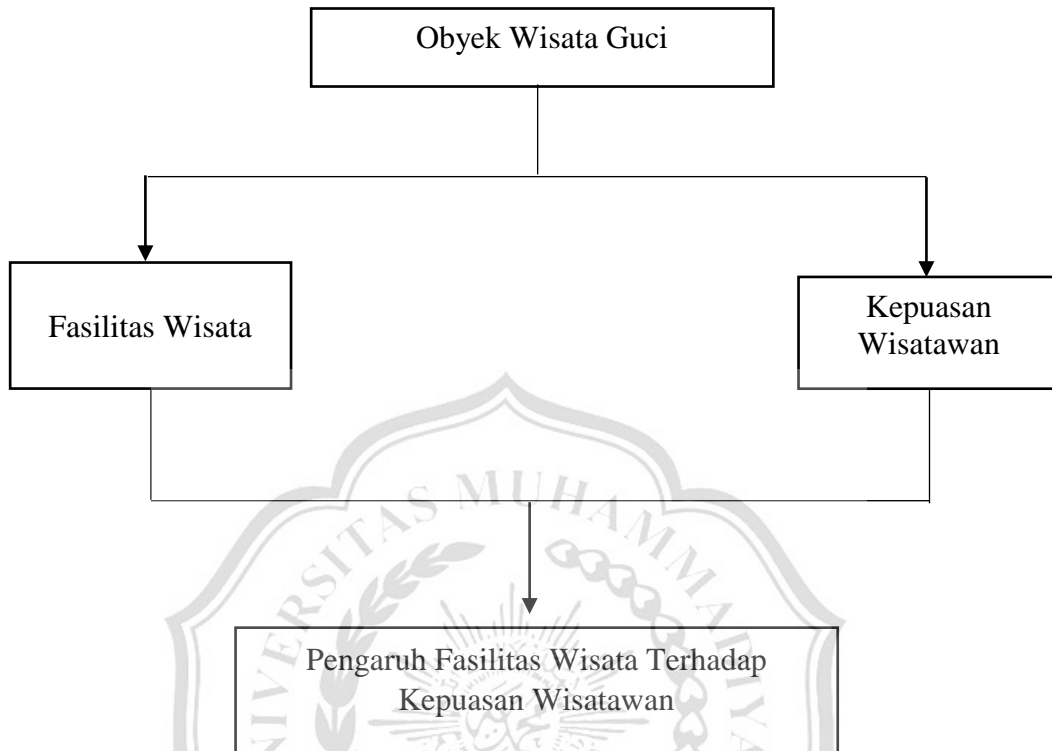
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
<b>Anggun Dwi Priyono 2011</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengetahui promosi secara langsung terhadap keputusan pengunjung pada Objek wisata Museum Sangiran Kabupaten Sragen.</li> <li>2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara langsung terhadap keputusan pengunjung pada Objek Wisata Museum Sangiran Kabupaten Sragen.</li> <li>3. Untuk menngetahui promosi secara langsung terhadap kepuasan pengunjung pada Objek Wisata Museum Sangiran Kabupaten sragen.</li> <li>4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara langsung terhadap kepuasan pengunjung pada Objek Wisata Museum Sangiran Kabupaten Sragen.</li> <li>5. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara tidak langsung terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada Objek Wisata museum Sangiran Kabupaten Sragen.</li> <li>6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara tidak langsung terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan pengunjung sebagai variabel intervening pada Objek Wisata Museum Sangiran Kabupaten Sragen.</li> </ol>	<p>Populasi: semua pengunjung Objek wisata Museum Sangiran Kabupaten Sragen.</p> <p>Sampel: sampling aksidental</p> <p>Pengumpulan Data: Angket/Koesioner, Dokumentasi</p> <p>Analisis Data: Analisis Deskriptif</p>	<p>Kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung museum sangiran adalah 0,457 atau 45,7%.</p>
<b>Sopyan 2015</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menganalisis pengaruh daya tarik terhadap kepuasan pengunjung</li> <li>2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung</li> <li>3. Menganalisis pengaruh kepuasan pengunjung</li> </ol>	<p>Populasi: orang yang pernah berkunjung ke Lwang sewu tahun 2014</p> <p>Sampel: Porpositive Sampling</p> <p>Sumber Data: Data Primer dan Data</p>	<p>Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa daya tarik wisata, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, dan minat berkunjung ulang pengunjung Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu tergolong sedang. Hasil pengujian statistic</p>

Nama Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
	terhadap minat berkunjung ulang.	Sekunder Pengumpulan Data: Survei, Koesioner Analisis Data: Analisis Kuantitatif	menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang (hipotesis 1 diterima), variabel daya tarik berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (hipotesis 2 diterima), variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (hipotesis 3 diterima), variabel daya tarik berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang (hipotesis 4 diterima) variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang pengunjung (hipotesis 5 diterima).
<b>Aisyah Turokhmi 2018</b>	Tujuan dalam penelitian ini adalah : Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan di Obyek Wisata Guci Di Desa Guci, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal	Metode survei, teknik pengambilan sampel menggunakan <i>incidental sampling</i> , pengumpulan data menggunakan angket/koesioner, analisis data kuantitatif menggunakan <i>Pearson Product Moment</i> , Koefisien Determinasi dan Uji T.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai kolerasi sebesar 0,440 artinya tingkat hubungan kolerasi kategori cukup, dengan kontribusi sebesar 19,36%. Fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan $\alpha = 5\%$ dengan nilai t sebesar 4,855. Selebihnya kontribusi sebesar 80,64% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk pada variabel penelitian ini.

Sumber: Anggun Dwi Priyono (2011), Sopyan (2015), Nini Febriana (2015).

## F. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikiran Penelitian

## G. Hipotesis

Dari tinjauan pustaka dan kerangka pikir yang telah diuraikan, dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut : Fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Obyek Wisata Guci Di Desa Guci, Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal.