

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia pariwisata, hal-hal positif diceritakan dalam situasi positif yang dialami wisatawan sejak mengunjungi suatu destinasi, kemudian perilaku wisatawan dalam menyampaikan informasi mengenai suatu objek yang dialaminya mengandung pengalaman positif dan negatif. Apabila pengalamannya positif, maka wisatawan akan merekomendasikan objek tersebut kepada wisatawan lain sehingga dapat memberikan manfaat bagi pengelolaannya, dan wisatawan akan setia serta membayar harga premium jika suatu objek wisata dapat memberikan kesan yang positif. Mengukur Behavioral Intention dapat dilakukan dengan mengembangkan tiga indikator utama, yaitu niat untuk berkunjung lagi, niat untuk mengatakan hal-hal positif, dan niat untuk merekomendasikan (Tien & Lu, 2015; Wu et al., 2017).

Pada saat ini industri pariwisata mengalami perkembangan. Perkembangan ini dapat ditunjukkan dengan munculnya banyak objek wisata baru. Maka dari pengelola wisata akan berusaha untuk menarik minat berkunjung para wisatawan dengan kepuasan terhadap pengalaman yang didapat oleh wisatawan ketika berwisata. Kepuasan pengunjung merupakan reaksi yang muncul setelah pelayanan diberikan, apakah yang mereka tawarkan sudah sesuai dengan ekspektasi wisatawan (Zeithaml et al., 1996). Dengan kepuasan tersebut dapat mempengaruhi intensi perilaku atau behavioral intentions wisatawan di masa yang akan datang. Terciptanya behavioral intentions yang baik pada wisatawan akan membuat tingkat kunjungan meningkat, sehingga banyak destinasi wisata melakukan usaha supaya wisatawan memiliki keinginan untuk merekomendasikan destinasi wisata kepada orang lain dan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut di masa depan.

Chen et al., (2020) mengungkapkan bahwa menciptakan pengalaman pariwisata yang tak terlupakan dapat merangsang reaksi emosional positif wisatawan, yang pada akhirnya mempengaruhi intensi perilaku mereka. Oleh karena itu, penting bagi industri pariwisata agar fokus memberikan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan, karena wisatawan yang puas cenderung merekomendasikan, kembali mengunjungi, dan menjadi loyal terhadap destinasi

tersebut. Destinasi wisata diharapkan untuk menciptakan pengalaman pariwisata yang dapat membangkitkan emosi positif dan perilaku positif dari wisatawan guna membangkitkan daya saing mereka. Menurut Chandralal & Valenzuela, (2015), pengalaman yang berkesan memberikan pengaruh pada intensi perilaku dari wisatawan seperti mengulangi kegiatan wisata yang sama, memiliki minat untuk datang kembali ke daya tarik wisata yang sama, hingga memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Kecenderungan bertindak, atau yang dikenal sebagai niat perilaku, merupakan suatu pandangan yang terbentuk terhadap pembelian suatu barang atau jasa, yang didasarkan pada pengalaman konsumsi sebelumnya. Pandangan ini memiliki kaitan yang erat dengan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang atau memberikan rekomendasi tentang produk atau layanan tersebut kepada pihak lain. Niat perilaku ini menjadi pendorong bagi seseorang untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu, seperti menyebarkan informasi dari mulut ke mulut mengenai kualitas suatu penyedia jasa, memiliki keinginan untuk membeli kembali atau mengunjungi kembali tempat tersebut, serta menunjukkan kesetiaan terhadap penyedia jasa yang bersangkutan. Dengan kata lain, niat perilaku ini mencerminkan kecenderungan konsumen untuk bertindak positif terhadap suatu merek atau penyedia layanan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi perilaku pembelian mereka di masa depan serta potensi mereka dalam mempengaruhi keputusan pembelian orang lain (Saha & Theingi, 2009).

Behavioral intentions menjadi penting karena dapat memberikan wawasan tentang seberapa besar tingkat kepuasan, loyalitas, dan dukungan wisatawan terhadap destinasi pariwisata tertentu. Pentingnya behavioral intention mencerminkan kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang atau merekomendasikan destinasi tertentu, yang pada gilirannya memengaruhi keberhasilan pariwisata (Stavrianea & Kamenidou, 2022).

Dalam penelitian Haji et al. (2021) menyatakan bahwa *experience quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini ditunjukkan dengan bukti empiris bahwa *experience quality* yang dialami oleh wisatawan selama berwisata merupakan sebuah bentuk evaluasi yang memberikan kesan

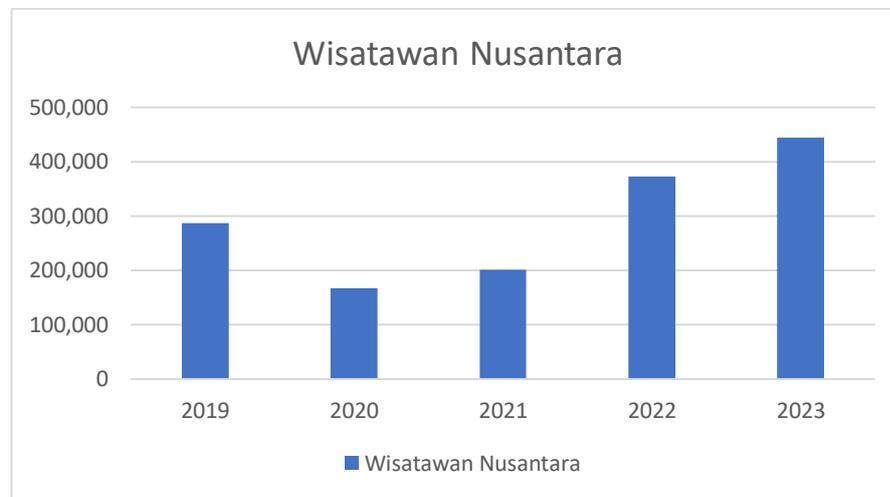
positif yang dapat meningkatkan niat wisatawan agar berkunjung kembali, niat untuk merekomendasikan suatu destinasi wisata kepada orang lain, dan niat untuk menceritakan hal-hal positif tentang suatu destinasi wisata. Menurut Chen & Tsai, (2007), dalam industri destinasi menjelaskan *behaviour intention* tentang bagaimana cara menarik wisatawan agar berkunjung kembali atau merekomendasikan tujuan kepada orang lain.

Experience quality telah diamati memiliki pengaruh yang positif serta ditemukan berhubungan dengan daya saing tujuan wisata. Tidak sedikit penelitian yang mendukung gagasan bahwa memori mampu memediasi perilaku konsumen. Menurut Kao et al. (2008) terdapat empat dimensi pembentuk *experience quality* yaitu *immersion*, *surprise*, *participation* dan *fun*. Shu Tian Cole & David Scott (2018) mengungkapkan bahwa terdapat tiga dimensi pembentuk *experience quality* yaitu *entertainment*, *education*, dan *community*. Kim & Ritchie (2014) mengungkapkan bahwa seseorang cenderung mengingat pengalaman yang pernah mereka lakukan sebelumnya ketika memutuskan untuk melakukan suatu perjalanan dan kemudian mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam memilih daerah tujuan.

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang meninggalkan pengalaman berkesan bagi wisatawan. Kota Bandung merupakan kota yang akan akan wisatanya. Dari waktu ke waktu kota Bandung telah meningkatkan berbagai pembangunan dan fasilitas guna mendongkrak dan mendukung industri pariwisatanya. Tahura Ir. H. Djuanda merupakan destinasi favorit bagi para pencinta alam di Bandung yang mencari kegiatan rekreasi yang menyenangkan. Dengan luas area sekitar 526,98 hektar, Tahura ini menjadi salah satu lokasi wisata terbesar di kota kembang tersebut. Pengunjung dapat menikmati keindahan panorama alami yang tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pendidikan dan konservasi.

Popularitas Tahura Ir. H. Djuanda terbukti dari jumlah pengunjung yang mencapai ratusan ribu setiap tahunnya. Data dari Balai Pengelolaan Kehutanan setempat menunjukkan tren positif dalam jumlah wisatawan yang mengunjungi Tahura ini, khususnya setelah periode pandemi Covid-19 berakhir. Hal ini

menandakan bahwa daya tarik Tahura Ir. H. Djuanda sebagai destinasi wisata alam terus meningkat dari waktu ke waktu.



Gambar 1.1 Kunjungan Wisatawan Nusantara Tahura Ir. H. Djuanda 2019-2023

Sumber: Dinas balai pengelolaan kehutanan Tahura Ir. H. Djuanda (2024)

Berdasarkan gambar diatas terlihat penurunan jumlah wisatawan dari tahun 2019 yang sebanyak 287.600 orang ke tahun 2020 sebanyak 166.760 orang dikarenakan pandemi *COVID-19*. Wabah *COVID-19* mengakibatkan terhentinya kegiatan wisata dan diberlakukannya pembatasan interaksi sosial. Dampaknya, jumlah pengunjung menurun drastis, khususnya di Tahura Ir. H. Djuanda, yang bahkan terpaksa menutup pintu selama beberapa bulan setelah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diterapkan. Penurunan signifikan jumlah wisatawan ini mengancam kelangsungan objek-objek wisata yang kesulitan bertahan selama masa pandemi, serta memperketat persaingan antar destinasi wisata. Namun, pada tahun 2021 hingga tahun 2023 keadaan mulai kembali stabil dengan adanya kenaikan jumlah kunjungan. Pada tahun 2021 sebanyak 201.234 kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2022 sebanyak 372.244 orang dan di tahun 2023 sebanyak 444.901 orang.

Pengelola Tahura Ir. Djuanda tentunya akan sangat gencar dalam membangun dan mengelola kembali atribut wisata yang mereka tawarkan kepada wisatawan ketika pariwisata di Indonesia sudah mengalami peningkatan. Tahura Ir. H. Djuanda ikut serta melakukan revitalisasi tempat wisata dengan memperbaiki

fasilitasnya dan menciptakan wilayah yang nyaman dan aman bagi wisatawan yang berkunjung. Meningkatnya jumlah kunjungan ke Tahura Ir. H. Djuanda belum bisa memastikan adanya keinginan untuk merekomendasikan dan melakukan kunjungan ulang ke Tahura Ir. Djuanda dimasa yang akan datang.

Pada google review mengenai Tahura Ir. H. Djuanda dapat dilihat pengalaman yang didapat wisatawan ketika mengunjungi Tahura Ir. H. Djuanda dan dapat mempengaruhi niat untuk merekomendasikan dan datang kembali. Berikut merupakan beberapa hasil observasi melalui google review yang berisi ulasan mengenai pengalaman wisatawan ketika mengunjungi Ir. H. Djuanda.

Tabel 1. 1 Ulasan wisatawan Tahura Ir. H. Djuanda

No	Nama	Rating	Ulasan
1	Linda Winingsih	5	Pokoknya 17k itu worth it bgt buat healing nyari tempat buat jalan-jalan, piknik, lari atau buat orang yang mau nyoba hiking bisa dicoba dlu disini buat latihan coba jalan ke Curug. Walau ga sebanding capeknya dibanding naik gunung, tapi oke banget kok. Ohiya ga ada bayar parkir yaa, kecuali mw ngasih ke yg pungli.
2	Julia Puccini	5	Pemandangan amat sangat indah dan sejuk banget. Ujungnya itu Curug omas. Penuh perjuangan juga untuk menempuh perjalanan naik ke atas tapi terbayarkan dengan keindahannya yang masih asli. Jalan santai kesana dari pintu masuk ke Curug Omas hampir 2 jam.
3	Rifqi F	5	Tempatnya nyaman, adem, tenang, cocok untuk liburan keluarga. Terutama yang ingin trekking bisa ke sini, PP dari tempat parkir ke Curug Omas sekitar 10 km.
4	Dara Riza Yanuari	5	Cocok bangeett buat jd healing traveling, couple travelling, workout travelling, solo travelling, dan jenis travelling lainnya. Vibes nya tenang dan adem banget. Banyak warung jajanan yg jual dgn harga standar atau masuk akal. Krn kl jual mahal yakin gak bakal serame iniihh 🤔🤔 bakal rekomendasi dan balik lg kesini sihh :)
5	Husein Lubis	5	Tempat yang sangat baik untuk keluarga, udara yang segar, tempatnya sekarang jauh lebih bersih ada kulineran nya juga.

			Mengelilingi hutan dengan pemandangan yang menakjubkan disertai udara dago yang menyegarkan. Track nya lumayan naik turun. Tapi sudah lumayan rapi dengan jalan yang di semen. Jauh lebih baik dari yang dulu. Ada goa Belanda dan goa jepang. Klo kuat jalan bisa sampai air terjun Omas.
--	--	--	--

Sumber: Google Review (2024)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat beberapa ulasan mengenai pengalaman wisatawan yang telah berkunjung ke Tahura Ir. H. Djuanda. Mendasari argumen dan data yang telah disebutkan diatas, maka dalam menjaga eksistensi Tahura Ir. H. Djuanda sebagai destinasi wisata alam, perlu menciptakan pengalaman yang baik kepada wisatawan yang berkunjung dan meningkatkan niat perilaku wisatawan dalam merekomendasikan maupun melakukan kunjungan kembali dimasa depan. Dalam mengukur sejauh mana pengalaman Tahura Djuanda memengaruhi wisatawan dalam merekomendasikan dan melakukan kunjungan Kembali.

Berdasarkan fenomena ini, penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana pengalaman positif wisatawan dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku mereka, terutama dalam hal keinginan untuk merekomendasikan atau mengunjungi kembali suatu tempat di masa mendatang. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Experience Quality* terhadap *Behavioral Intentions*** (Survei pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Tahura Ir. H. Djuanda)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang pada bagian sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian “Pengaruh *Experience Quality* terhadap *Behavioral Intentions* di Tahura Ir. H. Djuanda” adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *experience quality* wisatawan nusantara di Tahura Ir. H. Djuanda?
2. Bagaimana tingkat *behavioral intentions* wisatawan nusantara di Tahura Ir. H. Djuanda?
3. Bagaimana pengaruh *experience quality* wisatawan nusantara terhadap *behavioral intentions* di Tahura Ir. H. Djuanda?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengidentifikasi tingkat *experience quality* wisatawan nusantara di Tahura Ir. H. Djuanda.
2. Untuk mengidentifikasi tingkat *behavioral intentions* wisatawan nusantara di Tahura Ir. H. Djuanda.
3. Untuk menganalisis pengaruh *experience quality* wisatawan nusantara terhadap *behavioral intentions* di Tahura Ir. H. Djuanda.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis.

1. Manfaat praktis

Bagi pihak pengelola Tahura Ir. H. Djuanda, diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai masukan yang berkaitan dengan masalah khususnya pengaruh *experience quality* terhadap *behavioral intentions* di Tahura Ir. H. Djuanda. Bagi penulis yaitu dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari di perkuliahan dan menambah wawasan penulis mengenai penelitian.

2. Manfaat teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini akan berguna sebagai referensi perkuliahan maupun penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *experience quality* dan *behavioral intentions*.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini disusun secara sistematis dalam bentuk skripsi yang terdiri dari lima bab utama, dengan masing-masing bab memiliki fokus pembahasan yang berbeda namun saling berkaitan. Berikut adalah struktur penelitian yang digunakan:

1. BAB I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II: Tinjauan Pustaka

Bagian ini menyajikan berbagai teori dan hasil penelitian terdahulu terkait kualitas pengalaman, immersi, kejutan, kesenangan, hiburan, edukasi, dan intensi perilaku.

3. BAB III: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan secara rinci metode penelitian yang digunakan, termasuk lokasi penelitian, populasi dan sampel, variabel, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data.

4. BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bagian ini memaparkan gambaran umum lokasi penelitian, profil responden, serta temuan dan analisis hasil penelitian, baik secara deskriptif maupun verifikatif, berdasarkan data yang telah dikumpulkan.

5. BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir ini berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan yang dihadapi, serta rekomendasi penulis untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

6. Daftar Pustaka

Bagian ini mencantumkan semua sumber referensi yang digunakan dalam penelitian.

7. Lampiran

Bagian ini memuat informasi tambahan yang mendukung penelitian