

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pariwisata merupakan industri perdagangan jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari negara asalnya, di daerah tujuan wisata hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai hal seperti transportasi penginapan restoran pemandu wisata dan lain lain. Oleh karena itu industri pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata

Dalam menjalankan perannya, industri pariwisata harus menerapkan konsep dan peraturan serta panduan yang berlaku dalam pengembangan pariwisata agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang nantinya bermuara pada pemberian manfaat ekonomi bagi industri pariwisata dan masyarakat lokal. Industri industri pariwisata yang sangat berperan dalam pengembangan pariwisata adalah: destinasi wisata, hotel dan restoran. Selain itu juga didukung oleh industri-industri pendukung pariwisata lainnya.

Industri hotel dan restoran merupakan industri yang potensial untuk dikembangkan dan berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Industri ini mampu memberikan dampak positif terhadap kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, yaitu memberikan sumbangan terhadap penerimaan devisa, penciptaan lapangan kerja, memperluas kesempatan berusaha di sektor formal dan informal, peningkatan pendapatan pemerintahan pusat dan pemerintahan daerah melalui berbagai pajak dan retribusi, peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerataan pembangunan.

Penurunan minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu tempat atau destinasi merupakan isu utama dalam industri pariwisata saat ini khususnya pada industri *Food and Beverage*. pertumbuhan bisnis restoran yang sangat tinggi ditandai dengan banyaknya restoran yang berdiri sehingga menyebabkan terjadinya daya saing perhotelan yang semakin kompetitif yang berdampak kepada minat untuk berkunjung kembali ke suatu tempat atau destinasi. Hal ini menjadi permasalahan yaitu berdampak pada penurunan minat konsumen untuk melakukan pembelian kembali di suatu restoran yang sama.

Dalam penelitian yang dilakukan Jean, Chain dan Mac Arthur (2014:2) membuktikan bahwa pada industri perhotelan dan restoran merupakan bisnis yang paling kompetitif di dunia. Industri restoran yang semakin tumbuh dan berkembang pesat dapat menyebabkan persaingan semakin kompetitif sehingga menimbulkan berbagai pilihan bagi setiap konsumen dimana konsumen lebih menyukai sesuatu hal yang baru dan berbeda, sehubungan hal tersebut menyebabkan konsumen berpengaruh terhadap minat untuk melakukan pembelian ulang atau berkunjung kembali ke restoran yang sama sehingga berdampak pada penurunan tingkat keinginan untuk berkunjung kembali. Berbagai strategi pemasaran yang dilakukan industri restoran kepada konsumen membuat konsumen tertarik untuk berkunjung kembali.

Pengembangan wisata makanan (*food tourism*) juga terbuka pasarnya di dalam negeri, salah satunya kota Bekasi. Peningkatan kesejahteraan masyarakat telah mendorong timbulnya perilaku makan di luar sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat. Banyak keluarga yang mengisi liburan ke berbagai restoran untuk mencicipi menu lokal maupun menu mancanegara yang baru yang menarik. Dengan banyaknya restoran restoran yang menawarkan menu dan pengalaman makan berbeda

menjadikan persaingan dan konsumen cenderung ingin mengunjungi restoran lainnya, hal tersebut menjadi permasalahan rendahnya *Revisit Intention*.

Restoran yang menawarkan menu lokal dan mancanegara serta pengalaman makan berbeda adalah Metsky XCite Dine and Bar. Restoran yang berada di lantai 10 Hotel Horison Bekasi ini menawarkan beragam menu lokal dan *western* lengkap dengan berbagai macam pilihan minuman. Tidak hanya menyediakan makanan dan minuman saja, Metsky pun memiliki *VIP Lounge* berkapasitas 10 orang bisa digunakan untuk *meeting* maupun acara lainnya.

Bermunculannya berbagai pusat perbelanjaan di Kota Bekasi otomatis bermunculan pula berbagai macam restoran yang menghuni di pusat perbelanjaan tersebut berdampak pada tingkat penjualan di Metsky XCite Dine and Bar. Berikut tabel 1.1 menunjukkan data penjualan di Metsky XCite Dine and Bar

**TABEL 1.1**  
**DATA PENJUALAN METSKY XCITE DINE AND BAR**  
**TAHUN 2015-2016**

<b>Bulan\Tahun</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Januari	Rp.747.803.000	Rp.775.230.000
Februari	Rp.1.003.733.000	Rp.1.005.673.000
Maret	Rp.1.016.750.000	Rp.980.732.000
April	Rp.1.028.534.000	Rp.1.011.728.000
Mei	Rp.1.056.955.000	Rp.990.732.000
Juni	Rp.832.629.000	Rp.901.866.000
Juli	Rp.762.049.000	Rp.750.813.000
Agustus	Rp.989.762.000	Rp.990.786.000
September	Rp.975.000.000	Rp.924.653.000
Oktober	Rp.1.061.479.000	Rp.1.002.688.000
November	Rp.1.020.106.000	Rp.980.983.000
Desember	Rp.982.901.000	Rp.1.068.639.000
<b>TOTAL</b>	<b>Rp.11.477.701.000</b>	<b>Rp.11.384.523.000</b>

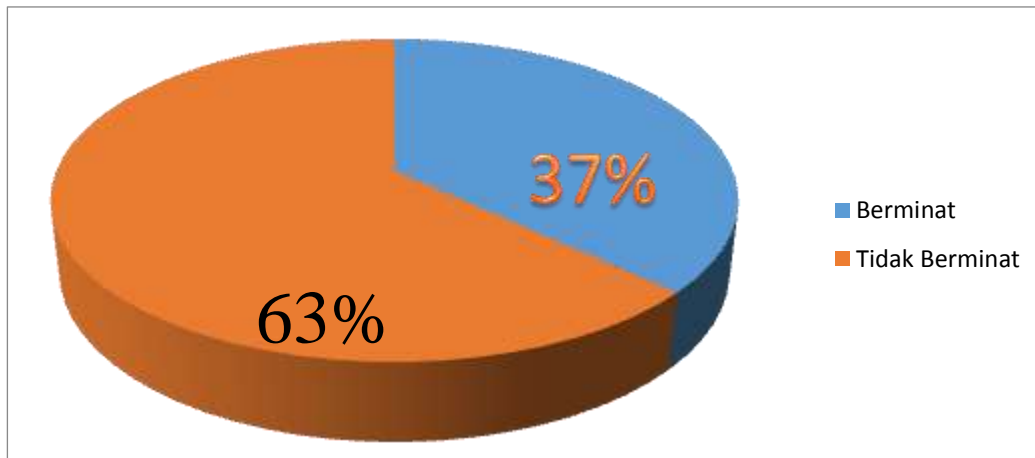
Al Akbar Rijqine, 2017

**PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI METSKY XCITE DINE AND BAR**

Sumber : Manajemen Hotel Horison Bekasi, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 Total pendapatan pada tahun 2016 memang mengalami penurunan sebesar Rp.93.178.000. namun jika dilihat dari penjualan per bulannya mengalami fluktuasi. Peningkatan terbesar terjadi pada bulan Desember yakni sebesar Rp.85.738.000. Sedangkan penurunan penjualan terbesar terjadi pada bulan Mei yakni sebesar Rp.66.223.000. Hal tersebut merupakan suatu permasalahan yang terjadi karena faktor internal maupun eksternal, salah satunya yaitu kurangnya niat konsumen untuk melakukan kunjungan kembali ke Metsky XCite Dine and Bar.

Untuk melihat sejauh mana niat konsumen untuk berkunjung kembali ke Metsky XCite Dine and Bar, maka dilakukan pra penelitian mengenai *revisit intention* kepada 30 responden yang telah berkunjung ke Metsky XCite Dine and Bar. Pra penelitian ini hanya menggunakan satu atribut dari *revisit intention* saja yaitu *intention to revisit*. Hasil pra penelitian dapat dilihat dalam gambar 1.1:



Sumber : Hasil Pengolahan Data Pra Penelitian di Lapangan, 2016

**GAMBAR 1.1**  
**PRESENTASE HASIL PRA PENELITIAN**  
**REVISIT INTENTIONKONSUMEN**  
**KE METSKY XCITE DINE & BAR**

Al Akbar Rijqine, 2017  
 PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI METSKY XCITE DINE AND BAR

Berdasarkan hasil pra penelitian pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa sebanyak 37% konsumen yang telah datang dan melakukan pembelian di Metsky XCite Dine & Bar memiliki minat untuk berkunjung kembali dan sisanya sebanyak 63% tidak berminat untuk datang kembali. Dari hasil pra penelitian tersebut diketahui alasan terbesar niat untuk berkunjung kembali yaitu lokasi Metsky XCite Dine & Bar yang berada di lantai 10 Hotel Horison Bekasi menawarkan pemandangan kota Bekasi dari ketinggian. Selain itu dari hasil wawancara dengan beberapa konsumen yang telah berkunjung ke Metsky XCite Dine & Bar selain karena lokasi, mereka memiliki niat untuk mengunjungi kembali karena ingin mencoba menu yang lainnya karena pada kedatangan sebelumnya mereka memesan makanan dan minuman yang berbeda

Sedangkan pengunjung yang tidak memiliki niat untuk berkunjung kembali harus menjadi perhatian dari perusahaan. Karena jika ini dibiarkan akan terus menggerus pendapatan perusahaan. Sebaliknya jika minat berkunjung kembali di perusahaan ini tinggi maka akan berpengaruh juga pada tingkat pendapatan perusahaan.

Metsky XCite Dine & Bar adalah restoran yang memiliki konsep tematik. Pada setiap bulannya Metsky XCite Dine & Bar memiliki tema yang berbeda yang disuguhkan untuk para tamu. Restoran yang terletak di lantai 10 hotel horison ini juga menawarkan pemandangan kota Bekasi dari ketinggian. Metsky XCite Dine & Bar juga menyediakan berbagai fasilitas tambahan seperti : *vip Lounge, Ballroom, Photobooth, Billiard, dan Dj performance*.

Setelah melakukan kunjungan, perusahaan berharap konsumen akan mendapatkan kesan atau pengalaman untuk dikenang atau dibagikan kepada rekan atau kerabat lainnya sehingga akan meningkatkan tingkat *revisit intention* dengan kata lain minat untuk berkunjung kembali dan minat untuk merekomendasikan kepada orang lain. Sedangkan tujuan perusahaan untuk memberikan kesan atau

pengalaman kepada konsumen tidak tersampaikan dengan baik maka kemungkinan minat untuk berkunjung kembali akan menurun.

Perusahaan melakukan berbagai macam cara untuk mengatasi permasalahan minat kunjungan ulang yang rendah dengan meningkatkan daya tarik kepada konsumen untuk memberikan pengalaman bagi pelanggan (*customer experience*) yang baik bagi wisatawan, menurut Karlsten Jonas (2017:5) *Customer experience* bisa dilihat dari sisi *Name, Employee interaction, lighting, music* dan *design*. Berikut merupakan implementasi Pengalaman pelanggan yang dapat diterima oleh wisatawan di Metsky XCite Dine & Bar :

*Name of theming* yang dipilih sangat ringan atau dapat dikatakan tidak terlalu kaku sehingga cocok disegala kategori umur dan semua generasi bisa menikmatinya. Tema yang pernah digunakan seperti : *Superhero, sailor, Pirates etc.* jika ada pelanggan yang mengadakan *event* seperti *Birthday party* atau sejenisnya, mendapatkan *free decoration* seperti tema yang sedang berlangsung.

*Employee Interaction* di Metsky XCite Dine & Bar sangat diperhatikan oleh manajemen dengan cara mengadakan pelatihan dan sertifikasi oleh dinas terkait untuk memaksimalkan performa dari karyawan dan memberikan pengetahuan dan ilmu ilmu terbaru dalam standar dunia pariwisata

*Music* sebagai salah satu hiburan yang di tawarkan oleh Metsky XCite Dine & Bar dengan berbagai genre berbeda dan untuk hari kamis diadakan *dj performance* oleh karyawan dari Metsky XCite Dine & Bar. Dan diputarkan juga alunan musik sunda setiap saat sehingga menimbulkan identitas jawa barat pada saat berkunjung ke Metsky XCite Dine & Bar.

*Lighting* di Metsky XCite Dine & Bar pada saat siang mengandalkan cahaya matahari dari luar namun tetap sejuk dengan cara menggunakan sebagian besar kaca

yang langsung menghadap keluar sedangkan untuk malam hari menggunakan lampu yang menerangi setiap sudut ruangan. Untuk malam hari disesuaikan dengan suasana malam menggunakan pencahayaan tambahan di bagian luar pada acara acara yang diadakan diluar ruangan (*outdoor side*).

*Design* bangunan Metsky XCite Dine & Bar di desain dengan tema modern. Sebagian besar pembatas antara luar dan dalam menggunakan kaca besar yang menyerupai tembok sehingga menimbulkan kesan luas. Tata letak kursi yang tidak saling berdekatan sehingga tidak menghalangi jalan baik untuk karyawan maupun tamu.

Berdasarkan latar belakang penelitian maka perlu dilakukan penelitian mengenai “ **Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Konsumen Metsky XCite Dine & Bar** “(Survei pada konsumen yang berkunjung ke Metsky XCite Dine & Bar).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Sejauh mana implementasi *Customer Experience* di Metsky XCite Dine & Bar
2. Sejauh mana implementasi *revisit intention* konsumen di Metsky XCite Dine & Bar
3. Bagaimana pengaruh *Customer experience* terhadap *revisit intention* di Metsky XCite Dine & Bar

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan mengenai :

1. Untuk memperoleh temuan mengenai implementasi *Customer Experience* di Metsky XCite Dine & Bar
2. Untuk memperoleh temuan mengenai implementasi *revisit intention* konsumen di Metsky XCite Dine & Bar
3. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh *Customer experience* terhadap *revisit intention* di Metsky XCite Dine & Bar

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut.

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu bagi perkembangan ilmu Manajemen khususnya pada ilmu Manajemen Pemasaran, melalui pendekatan serta metode-metode yang digunakan terutama dalam upaya menggali pendekatan-pendekatan baru dalam aspek strategi pemasaran yang menyangkut pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention*, sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi para akademisi dalam mengembangkan teori pemasaran.

##### **2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis (guna laksana) yaitu untuk memberikan masukan dalam bidang pendidikan khususnya dalam proses pembelajaran di dalam kelas untuk dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengembangkan strategi belajar mengajar guna meningkatkan kualitas dimasa yang akan datang melalui relevansi materi pembelajaran sesuai dengan tuntutan dunia pekerjaan.



Al Akbar Rijqine, 2017  
*PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI METSKY XCITE DINE AND BAR*