

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi sektor industri yang sangat besar di dunia. Pertumbuhan pariwisata saat ini merupakan bentuk nyata dari perjalanan sebuah bisnis global yang sangat menjanjikan karena pertumbuhan pariwisata mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dunia yang dihasilkan dari pergerakan wisatawan. Data yang ditunjukkan dari UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*) diperkirakan pada tahun 2020 akan terjadi pergerakan sebanyak 1,6 miliar wisatawan dengan total perbelanjaan sebesar USD 2.000 miliar. Angka yang cukup fantastis ini hanya dihasilkan oleh wisatawan internasional saja di luar biaya transportasi yang dikeluarkan. Era Globalisasi turut menjadi fasilitas pendukung pergerakan manusia di setiap aktivitasnya, pada era globalisasi setiap unit kehidupan yang ada sangat saling berhubungan satu dengan yang lainnya.

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting untuk memajukan kegiatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat suatu negara, saat ini sektor pariwisata di setiap negara sedang mengalami perkembangan karena penduduk dunia yang melakukan perjalanan

Arie Muhammad Ramdhny, 2019
PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

wisata bertambah banyak, dan hampir seluruh negara di dunia memiliki berbagai macam potensi pariwisata yang berkembang sehingga dapat dijadikan salah satu keunggulan suatu negara. Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai potensi pariwisata yang unggul dan berkembang, sehingga sektor pariwisata di Indonesia saat ini dijadikan salah satu andalan sebagai penghasil devisa. Ditinjau dari sisi ekonomi pariwisata, dalam beberapa tahun terakhir sektor pariwisata memberikan kontribusi terhadap PDB baik melalui devisa maupun perputaran ekonomi, dapat membuka peluang usaha jasa pariwisata (baik langsung maupun tidak langsung), dan membuka peluang kerja yang sangat banyak.

Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat banyak untuk dieksplorasi, karena Indonesia memiliki kekayaan bentuk lanscap dan kontur yang sangat beragam. Destinasi menjadi salah satu produk unggulan pariwisata Indonesia. Saat ini, Pemerintah Indonesia sudah mulai memperhatikan sektor pariwisata dengan memfokuskan program pemerintah yaitu dalam perpres 179 yaitu pengembangan 100 (seratus) kawasan ekonomi khusus pariwisata, penetapan minimal 10 (sepuluh) destinasi prioritas setiap tahun, pemasaran nusantara dan mancanegara dengan tag line *Wonderful Indonesia* dan *Pesona Indonesia* yang menekankan strategi pemasaran **DOT** (*Destination, Origination and Time*). Destinasi di Indonesia kini menjadi produk potensial yang tengah

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

digiatkan oleh Pemerintah Indonesia untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki alam dan pemandangan yang indah untuk dikunjungi. Daya Tarik Wisata (DTW) merupakan salah satu bentuk usaha pariwisata. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Banyaknya potensi yang dimiliki oleh Jawa Barat baik berupa sumber daya alam, budaya dan adat istiadat serta keramahan masyarakatnya dapat menjadikan Jawa Barat sebagai salah satu destinasi utama di Indonesia. Potensi pasar yang ada serta tingginya angka kunjungan wisatawan untuk pergi berwisata membuat potensi wisata yang ada di Jawa Barat dapat berkembang.

Kabupaten Bandung wilayah selatan merupakan salah satu kawasan wisata yang memiliki potensi wisata yang cukup besar karena terdapat banyak jenis wisata dan destinasi yang dapat menjadi tujuan wisatawan. Membaiknya kualitas pelayanan baik dalam hal fasilitas maupun infrastruktur pendukung pengembangan pariwisata di Kabupaten Bandung wilayah selatan menjadikan faktor penunjang yang menjadikan kekuatan untuk mendatangkan banyak wisatawan. Salah satu kekuatan pariwisata Kabupaten Bandung wilayah selatan adalah

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

banyaknya destinasi yang dapat memberikan banyaknya pilihan kepada wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Bandung wilayah selatan. Terdapat 28 objek wisata yang ada di kawasan Kabupaten Bandung wilayah selatan berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Bandung tahun 2011.

Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Bandung dapat dilihat bahwa objek wisata di kawasan Kabupaten Bandung wilayah selatan yang cukup banyak membuat daya tarik wisata bagi wisatawan semakin tinggi. Namun hal tersebut memberikan banyak alternatif pilihan bagi wisatawan dalam berwisata sehingga menyebabkan wisatawan cenderung melakukan kunjungan ke destinasi yang berbeda untuk merasakan pengalaman yang baru. Patut diketahui Kawasan Bandung Selatan terdiri dari berbagai Kawasan yaitu, Soreang, Ciwidey, Banjaran dan Pangalengan. Khusus di Kawasan Ciwidey saja, daya tarik wisata alam pada satu *cluster* di Kawasan Rancabali memiliki banyak pilihan objek wisata bagi wisatawan seperti Kawah Putih, Pemandian Air Panas Cimanggu, Bumi Perkemahan Rancaupis dan Patuha Resort, Pemandian Air Panas Ciwalini dan Situ Patenggang.

Kabupaten Bandung memiliki potensi wisata alam yang beragam dengan kualitas dan daya tarik yang dapat diandalkan. Salah satu destinasi wisata alam yang menjadi andalan dan banyak dikunjungi oleh wisatawan di Kabupaten Bandung wilayah selatan adalah Kawah Putih.

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kawah Putih adalah salah satu destinasi wisata yang berada di Kabupaten Bandung wilayah selatan ini memiliki keindahan alam yang dapat memesonakan mata para pengunjungnya. Pemandangan yang indah berupa kawah berwarna putih serta alam yang lestari berupa hutan disekitar kawah dan udara bersih menjadikan Kawah Putih sebagai atraksi wisata yang baik dan menjual nilai yang lebih, namun jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kawah Putih menunjukkan penurunan. Untuk lebih jelasnya berikut tabel 1.1 data kunjungan wisatawan ke Kawah Putih pada tahun 2012 sampai 2016.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Kawah Putih
Pada Tahun 2012-2016

BULAN	TAHUN
-------	-------

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	2012	2013	2014	2015	2016
Januari	13.026	16.284	20.084	24.207	30.514
Februari	7.539	9.424	13.285	14.729	21.148
Maret	14.357	17.947	23.889	21.343	19.696
April	24.605	30.757	18.815	19.162	15.688
Mei	25.802	32.252	27.928	33.122	28.290
Juni	30.803	38.504	26.152	18.854	6.722
Juli	31.643	39.554	26.383	52.352	39.956
Agustus	8.981	11.227	35.032	34.920	17.138
September	37.633	47.042	19.344	27.073	21.158
Oktober	16.816	21.020	27.152	27.896	22.971
November	11.055	13.819	24.095	26.846	25.768
Desember	32.641	40.802	34.149	61.413	52.294
Total	254.901	318.632	296.308	361.917	301.343

Sumber : Ecotourism Center, 2017

Berdasarkan tabel 1.1 tingkat kunjungan wisatawan ke Kawah Putih pada tahun 2016 mengalami penurunan yang signifikan sebesar 16,73%. Tingkat kunjungan wisatawan di Kawah Putih yang ini juga dipengaruhi dari kurangnya niat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke Kawah Putih. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya daya tarik wisata baru yang bermunculan dengan inovasi produk wisata yang baru dan beragam di Kabupaten Bandung wilayah selatan, minimnya

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

aktivitas yang dapat dilakukan di Kawah Putih, biaya untuk masuk ke Kawah Putih cukup mahal yaitu tiket masuk perorangnya sebesar Rp. 20.000 dan biaya tambahan untuk parkir atas mobil sebesar Rp. 150.000 atau menggunakan angkutan ontang anting sebesar Rp. 15.000 per orangnya. Selain itu banyaknya warga lokal yang menawarkan jasa foto ataupun penjual masker yang menyebabkan ketidaknyamanan pengunjung saat melakukan aktivitas wisatanya. Adapun faktor cuaca yang tidak dapat dielakkan yaitu apabila turun hujan kurangnya tempat berteduh untuk pengunjung yang banyak.

Dengan adanya permasalahan tersebut maka perlu adanya penyelesaian, karena dampak dari sedikitnya niat wisatawan untuk berkunjung kembali akan berdampak pada penurunan tingkat kunjungan wisatawan pada waktu mendatang. Hal tersebut merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh Pengelola Kawah Putih dalam meningkatkan *revisit intention* di Kawah Putih. Menurut Bapak Dani Setyadi selaku Asisten Manajer KBM Ecotourism divisi regional Jawa Barat & Banten, pada beberapa tahun terakhir pengelola Kawah Putih melakukan perbaikan infrastruktur yaitu perbaikan jalan akses masuk menuju kawah, perbaikan area parkir, fasilitas penunjang seperti toilet dan mushola, dengan begitu wisatawan dapat merasa nyaman saat berwisata di Kawah Putih. Selain infrastruktur pengelola pun membangun atribut wisata pada tahun 2017 yaitu membangunnya jembatan yang dapat

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

digunakan pengunjung untuk dapat melintasi ke tengah tengah kawah guna dapat memberikan hal yang baru dalam aspek pengalaman berwisata di Kawah Putih.

Dalam menyikapi kemajuan dalam sektor kepariwisataan, industri yang bergerak didalamnya perlu mengetahui peranan yang akan menciptakan wisatawan akan berkunjung kembali atau *revisit intention*, wisatawan akan berkunjung kembali berdasarkan faktor-faktor penyebab didalamnya, salah satunya dengan penekanan untuk memberikan pengalaman yang didapatkan wisatawan. *Revisit intention* merupakan salah satu perilaku konsumen dimana perusahaan yang bergerak di industri pariwisata harus bisa menciptakan niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi.

Menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasinya kembali merupakan tujuan setiap pengelola destinasi wisata. Pengelola harus mencanangkan upaya dalam proses penciptaan *revisit intention*, dimana dalam proses tersebut terdapat tahapan yang harus di tempuh pengelola maupun konsumennya sendiri. Pengalaman merupakan salah satu upaya yang diciptakan pada saat *moment of truth*, yaitu ketika proses kunjungan dilakukan oleh pengunjung yang dapat berdampak jangka panjang terhadap keputusan berkunjung selanjutnya.

Seperti yang ditunjukkan Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Chang et al (2014:403), niat adalah probabilitas subyektif individu

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bahwa seseorang akan melakukan perilaku tertentu. Sedangkan niat berkunjung kembali dalam penelitian ini disebut dengan *revisit intention* atau niat untuk kembali berkunjung, di definisikan sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktifitas atau berkunjung kembali ke suatu destinasi (Baker dan Crompton dalam Chung-Hslen Lin (2012)). Bagi pemilik pariwisata, bagaimana memahami sepenuhnya perilaku pembelian wisatawan dan memprediksi niat membeli masa depan mereka adalah salah satu tugas penting utama (Chang et al (2014:403)).

Perilaku wisatawan haruslah dipahami dalam memilih destinasi untuk dikunjungi serta mengevaluasi niat perilaku wisatawan di masa depan, evaluasi mengenai pengalaman perjalanan atau nilai dari suatu perjalanan yang dirasakan oleh wisatawan adalah ketika melakukan kunjungan yang selanjutnya menciptakan niat untuk berkunjung kembali pada suatu destinasi sehingga dapat meningkatnya jumlah kunjungan.

Kondisi ini membuat setiap pemasar penyedia jasa pariwisata maupun pengelola objek wisata perlu menerapkan lebih dari sekedar pemasaran yang berhubungan dengan pengembangan produk atau harga yang ditawarkan, melainkan setiap pemasar suatu objek wisata perlu memperhatikan kualitas pengalaman yang diberikan objek wisata tersebut kepada pengunjungnya. Selaras dengan apa yang dikatakan Pine dan Gilmore (1999) mengungkapkan bahwa ekonomi dunia telah berubah dari *service-based* menjadi *experience-based*. Ini artinya bahwa

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

masyarakat pada umumnya akan lebih mementingkan sebuah pengalaman daripada sebuah jasa. Pengalaman merupakan aspek yang penting karena itu merupakan kesan wisatawan ketika berada di destinasi wisata.

Guna meningkatkan pengalaman wisatawan yang berkunjung ke Kawah Putih pengelola berfokus pada membangun infrastruktur yakni jalan menuju area Kawah Putih sepanjang 5,4 km, perbaikan fasilitas penunjang kegiatan wisata dan menciptakan atribut baru yaitu membangun jembatan agar wisatawan dapat menikmati pemandangan dari tengah kawah, serta memberikan pengalaman edukasi dengan adanya museum yang isinya memberikan pengetahuan mengenai Kawah Putih baik sejarah, jenis batuan serta jenis flora dan fauna yang ada di Kawah Putih. Hal tersebut didasari guna memberikan pengalaman pada wisatawan yang mengunjungi Kawah Putih.

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan memiliki hubungan langsung dengan niat berkunjung kembali (Cole dan Kanselir, 2009; Hosany dan Witham, 2010; Hsu dan Crotts, 2006; Oh et al., 2007 dalam Chang et al (2014:405)). Sebagian besar dari penelitian-penelitian tersebut menemukan bahwa pengalaman wisatawan dan niat berkunjung kembali memiliki hubungan yang positif. Dengan kata lain, niat untuk berkunjung kembali diyakini dapat mempengaruhi evaluasi

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

positif wisatawan dari pengalaman (Um et al.,2006 dalam Chang (2014:405)).

Sesuai dengan penelitian terdahulu diatas, pengalaman wisatawan dapat menjadi solusi untuk menarik wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kawah Putih dengan memfokuskan perilaku wisatawan yaitu *visitor experience*. Pengalaman yang dirasakan wisatawan yang berkunjung diharapkan dapat meningkatkan *revisit intention* para wisatawan ke Kawah Putih sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan dimasa yang akan datang.

Buonincontri et all. (2017:10) menyebutkan bahwa terdapat empat dimensi dari *visitor experience* yaitu *learning*, *hedonics*, *escape* dan *service quality*, penulis meneliti empat dimensi ini yang dianggap berhubungan dengan objek penelitian. Keempat dimensi tersebut adalah *learning*, *hedonics*, *escape* dan *service quality* yang dengan penjelasan sebagai berikut: Pertama *Learning*/ Pembelajaran, faktor ini merupakan kebutuhan wisatawan yang mengarah kepada aspek edukasi tentang konsumsi bermanifestasi terutama pada pengalaman yang unik dan baru. Kedua *Hedonics* / Hedonis, faktor ini mengarah pada kesenangan, fantasi dan perasaan yang menyertainya pengalaman konsumsi. Ketiga *Escape* / Pelarian diri, didefinisikan sebagai kecenderungan untuk lepas dari kenyataan, tanggung jawab dan rutinitas kehidupan nyata, terutama oleh aktivitas imajinatif yang tidak realistis. Keempat *Service Quality* /

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kualitas pelayanan, didefinisikan sebagai keramahan yang diterima oleh pengunjung dan sejauh mana layanan di destinasi mengakomodasi pribadi dan kebutuhan sosial untuk menyambut, kehormatan dan kebutuhan utilitarian untuk kenyamanan. Wujud *visitor experience* pada Kawah Putih dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut.

TABEL 1.2
BENTUK VISITOR EXPERIENCE
DI KAWAH PUTIH

No. Bentuk	
<i>Learning</i>	
1	Pengelola membuat satu ruangan khusus untuk memamerkan batuan yang ada pada kawasan Kawah Putih dengan memberikan deskripsi mengenai batuan tersebut.
2	Pengelola memberikan informasi mengenai jenis-jenis tanaman yang ada di kawasan Kawah Putih berupa informasi mengenai tumbuhan yang ditulis pada papan dekat tanaman tersebut.
3	Pengelola memberikan informasi mengenai Kawah Putih, sejarah Kawah Putih, flora dan fauna yang ada di kawasan Kawah Putih sehingga pengunjung mendapatkan pengetahuan baru.
<i>Hedonics</i>	
1	Pengunjung dapat merasakan pengalaman yang menyenangkan

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

-
- dengan menikmati keindahan alam Kawah Putih, suasana alam, dan dapat menjumpai fauna yang masih berkeliaran di area Kawah Putih seperti monyet ekor panjang dan cendrawasih.
-
- 2 Disediakkannya gazebo agar dapat menikmati keindahan danau kawah, baik di sekitar danau dan juga di puncak gunung patuha sehingga dapat bersantai dan beristirahat sambil menikmati pemandangan seluruh danau kawah dari ketinggian.
-
- 3 Dibangunnya jembatan dari tepi sampai ke tengah danau agar pengunjung dapat menikmati pemandangan ataupun untuk berfoto dari tengah danau kawah.
-
- 4 Pengelola merenovasi infrastruktur yaitu perbaikan jalan sepanjang 5,4 km menuju area kawah putih, perbaikan fasilitas penunjang kegiatan wisata yaitu toilet, mushola, petunjuk arah, shelter dan gazebo guna agar pengunjung merasa nyaman dan berada di tempat yang menyenangkan.
-

Escape

-
- 1 Wisatawan mendapatkan pengalaman berbeda diluar rutinitas sehari-hari yang berbeda dari lingkungan perkotaan dengan pemandangan dan suasana alamnya.
-
- 2 Pengelola memfasilitasi bagi pengunjung yang ingin hiking dengan membuka track pada hutan yang ada dikawasan Kawah Putih.
-

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

-
- 3 Pengelola memfasilitasi bagi pengunjung yang ingin menunggangi kuda di kawasan Kawah Putih.
-

Service Quality

- 1 Petugas tiket yang menyambut dengan keramah tamahan dan melayani kedatangan wisatawan di pintu masuk Kawah Putih.
 - 2 Petugas pusat informasi yang berada di dekat kawah memberikan pelayanan menjelaskan sejarah Kawah Putih, jenis-jenis batuan, flora dan fauna yang ada di kawasan Kawah Putih.
 - 3 Adanya pusat informasi yang memberikan informasi pelayanan seputar Kawah Putih yang berada di bangunan dekat pintu masuk yang dibawahhi manager Kawah Putih.
 4. Adanya petugas medis yang siaga apabila terjadi kecelakaan ataupun luka saat berwisata di Kawah Putih.
-

Sumber: Modifikasi berbagai sumber, 2018

Tabel 1.2 menjelaskan berbagai bentuk pengalaman pengunjung yang dilakukan di Kawah Putih. Fokus kepada perilaku wisatawan khususnya pada pengalaman yang didapatkan wisatawan diharapkan dapat memberikan dampak pada wisatawan untuk berniat mengunjungi kembali. Sebagai salah satu destinasi favorit di Kabupaten Bandung wilayah selatan tuntutan untuk memberikan pengalaman yang

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mengesankan bagi wisatawannya merupakan pencapaian yang harus diraih.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, pernyataan serta fenomena diatas, maka penulis perlu mengadakan penelitian dengan judul **"PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH"** (survei dilakukan terhadap wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kawah Putih).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *Visitor Experience* yang ada di Kawah Putih.
2. Bagaimana gambaran *Revisit Intention* di Kawah Putih.
3. Seberapa besar pengaruh *Visitor Experience* terhadap *Revisit Intention* di Kawah Putih.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Memperoleh temuan gambaran *Visitor Experience* yang dirasakan wisatawan di Kawah Putih.
2. Memperoleh temuan gambaran *Revisit Intention* di Kawah Putih.

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH" (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Memperoleh temuan mengenai pengaruh *Visitor Experience* terhadap *Revisit Intention* di Kawah Putih.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dilakukan penulis dibagi dua, yaitu kegunaan teoritis dan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam bidang akademik, khususnya dalam kajian ilmu mengenai kepariwisataan untuk Prodi Manajemen Pemasaran Pariwisata khususnya konsentrasi Manajemen Destinasi. Serta, sebagai bahan kajian lebih lanjut mengenai *Visitor Experience* yang berpengaruh terhadap *Revisit Intention* di Kawah Putih.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengelola Kawah Putih untuk mengembangkan strategi *Tourism Marketing* terutama *Visitor Experience* yang dapat menciptakan *Revisit Intention*, sehingga dapat menjadi bahan informasi dalam upaya meningkatkan minat wisatawan agar diwaktu yang akan datang dapat lebih dikembangkan lagi ke arah yang lebih baik dan menguntungkan pengelola.

Arie Muhammad Ramdhny, 2019

PENGARUH VISITOR EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION DI KAWAH PUTIH” (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kawah Putih)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu