

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Nusantara ini memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata. Hal tersebut dapat dilihat dari indahnya berbagai macam pemandangan alam, kebudayaan dan sejarah bangsa, festival dan upacara-upacara yang unik, berbagai macam seni lukis dan kerajinan tangan, dan banyaknya tempat yang sangat menarik bagi para wisatawan sepanjang tahunnya.

Perkembangan kepariwisataan di Indonesia pun mengalami kemajuan yang cukup pesat seperti negara-negara berkembang lainnya di dunia. Pemerintah sekarang sedang menggalakan pariwisata sebagai komoditi yang ditawarkan pada wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Begitu pun dengan para pelaku industri pariwisata yang giat mengembangkan dan memanfaatkan potensi yang ada.

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang memberikan jasa layanan. Dimana terdapat berbagai layanan yang ditawarkan bagi wisatawan. Diantaranya penyediaan jasa akomodasi, jasa makanan dan minuman, dan yang saat ini sedang merambah industri pariwisata di Indonesia yakni jasa MICE singkatan Bahasa Inggris dari "*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*" (Indonesia: Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran), dalam industri pariwisata atau pameran, yang merupakan suatu jenis kegiatan pariwisata dalam suatu kelompok besar, biasanya direncanakan dengan matang, berangkat bersama untuk suatu tujuan tertentu.

Perkembangan industri *Meeting Incentive Convention Exhibition* (MICE) di Indonesia memang sudah menunjukkan arah peningkatan, meskipun tumbuh secara perlahan. Lambatnya laju pertumbuhan industri MICE di Indonesia ini tidak lain adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) baik secara kuantitas maupun profesionalismenya. Selain itu kondisi keamanan, prasarana dan sarana konvensi yang minim serta terbatasnya atraksi wisata

pada saat dan setelah konvensi menjadi faktor yang menyebabkan beberapa daerah di Indonesia tertinggal di wisata MICE.

Di Indonesia sendiri *venue* untuk penyelenggaran MICE banyak dijumpai di hotel-hotel mulai dari bintang 3 sampai bintang 5. Banyaknya usaha perhotelan yang mulai membuka fasilitas untuk *meeting*, membuat hotel-hotel kini mulai bersaing untuk meningkatkan kualitasnya dalam memberikan pelayanan di bidang MICE bagi para pengunjungnya. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi para penyedia jasa MICE untuk tetap mempertahankan serta menjaga kualitas layanan agar dapat bersaing dengan penyedia jasa MICE lainnya.

Salah satu tempat kunjungan wisata unggulan di Jawa Barat yang menyediakan fasilitas MICE yakni Ciater Spa Resort. Ciater Spa Resort sendiri mempunyai fasilitas yang lengkap baik untuk acara *Gathering/Outing* perusahaan, *Meeting*, maupun sebagai sarana liburan keluarga. Beberapa fasilitas yang disediakan di Ciater Spa Resort diantaranya, *Recreation, Outbound Activities, Camping Ground, Hotel & Convention Hall, Restaurant & Café, Beauty & Wellness Spa, Rehabilitation Centre (Fisiotherapy & Hydro Therapy)*.

Ciater Spa Resort terletak di lereng gunung Tangkuban Parahu, termasuk Kabupaten Subang, Jawa Barat. Lokasinya dikelilingi perkebunan teh, memiliki air panas mineral alami, sehingga panorama yang disajikan begitu memanjakan mata pengunjungnya. Untuk lokasinya sendiri dapat ditempuh sekitar 90 menit dari Bandung, dan dari Jakarta ± 2 jam sampai 3 jam melalui jalan tol sadang maupun tol cipularang.

Beberapa fasilitas paket meeting yang ditawarkan Ciater Spa Resort diantaranya *Full board Meeting Package, Half day meeting package, One day meeting pacakage, presentation package*. Paket-paket meeting tersebut memiliki pelayanan yang berbeda didalamnya. Dengan 10 ruang meeting yang dimiliki oleh Ciater Spa Resort, produk *meeting package* ini dikemas sedemikian rupa guna memenuhi kepuasan pengunjung.

Pengunjung di Ciater Spa tidak hanya wisatawan dari lingkup lokal Jawa Barat dan sekitarnya saja, melainkan juga datang dari kota-kota besar di Indonesia, bahkan tidak sedikit pula wisatawan dari mancanegara, seperti turis yang berasal dari negara-negara di kawasan Timur Tengah. Untuk pengunjung wisata *meeting* sendiri berasal dari lembaga pemerintah, BUMN, maupun dari perusahaan swasta. Tidak sedikit dari lembaga atau perusahaan tersebut merupakan pelanggan tetap bagi Ciater Spa Resort. Sekitar 60 % dari pengunjung *meeting* merupakan *repeater guest*. Dalam kurun satu tahun mereka dapat melakukan meeting 2 hingga 3 kali di Ciater Spa Resort. Hal ini dapat dikategorikan bahwa pengunjung *meeting* di Ciater Spa Resort cenderung bersikap loyal.

Pada perilaku purna pembelian terdapat 5 dimensi yang menunjukkan perilaku tersebut yakni *loyalty, switch, willingness to pay more, external repsons to problem, dan internal repsons to problem* (Parasuraman dalam Lupiyoadi R., 2001:160). Oleh karena itu sikap loyal yang ditunjukkan oleh pengunjung *meeting* di Ciater Spa Resort dapat dikatakan sebagai perilaku purna pembelian.

Mengenai jumlah kunjungan *meeting package* di Ciater Spa Resort dari tahun 2008-2012, meningkat dan peningkatan tersebut cukup signifikan. Dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Data Kunjungan Paket Meeting Ciater Spa Resort
2008 - 2012

No	TAHUN	JENIS PAKET					TOTAL Pax
		SINGLE	DOUBLE	ONE DAY	HALF DAY	PRESENTASI	
1	2008	2,533	3,455	2,073	660	687	9,408
2	2009	2,787	3,800	2,280	645	653	10,165
3	2010	3,065	4,180	2,508	686	620	11,060
4	2011	3,372	4,598	2,759	727	589	12,045
5	2012	3,709	5,058	3,035	768	560	13,130
JUMLAH		19,864	27,087	16,252	5,040	4,593	

Sumber: Manajemen Ciater Spa Resort 2013

Novia Tresna Dewi, 2013

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PERILAKU PURNA PEMBELIAN PRODUK MEETING PACKAGE DI

CIATER SPA RESORT KABUPATEN SUBANG

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

Dari data diatas, menunjukan bahwa data kunjungan *meeting* di Ciater Spa Resort selalu meningkat dari tahun ke tahun. Selama tahun 2007 jumlah kunjungan *meeting* di Ciater Spa Resort sebanyak 9.408 pax, tahun 2009 sebanyak 10.165 pax. Rata-rata peningkatan kunjungan *meeting* di Ciater Spa Resort sebesar 8%. Apabila dilihat dari segi jenis paket, paket *Fullboard meeting (Single & Double)* merupakan jenis paket yang paling banyak diminati oleh pengunjung.

Selain dari pada itu, apabila dilihat dari segi harga bila dibandingkan dengan kompetitor harga Paket *meeting* di Ciater Spa Resort memang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Paket *Meeting* dengan Kompetitor

No	Lokasi	Jenis Paket dan Harga (Rp)		
		Fullboard	One Day	Half Day
1	Ciater Spa Resort	480,000	175,000	90,000
2	Sari Ater Hotel	470,000	210,000	105,000

Sumber: Pengolahan dari berbagai sumber 2013

Namun tidak untuk harga jenis paket *fullboard meeting* di Ciater Spa Resort sedikit lebih murah dibanding dengan harga *fullboard meeting* di Sari Ater Hotel. Sedangkan seperti pada tabel data kunjungan dapat dilihat bahwa jenis paket *fullboard meeting* merupakan jenis paket yang paling banyak diminati, hal ini menunjukan adanya perilaku *willingness to pay more* pada pelanggan atau bersedia membayar lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang diberikan kompetitor mengingat lokasi Ciater Spa Resort dan Sari Ater Hotel yang begitu dekat bahkan terhubung. Dari beberapa perusahaan yang membeli produk *meeting package* bahkan ada beberapa yang bersedia *sharing* kamar dengan Sari Ater Hotel karena kuota kamar di Ciater Spa Resort yang kurang namun tetap menyelenggarakan *meeting* di Ciater Spa Resort.

Loyalty dan *willingness to pay more* yang ditunjukan oleh pengunjung *meeting* di Ciater Spa Resort tidak lain ditimbulkan oleh beberapa faktor.

Salah satu faktor yang sangat penting adalah kualitas pelayanan yang diberikan sehingga berdampak pada respon perilaku yang mungkin timbul pasca pembelian. Reaksi pelanggan ini merupakan gambaran dari salah satu implikasi kualitas pelayanan terhadap perilaku purna pembelian.

Menurut Putra D. (2010) lebih lanjut berpendapat bahwa pelayanan yang berkualitas mampu memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sehingga terciptalah tindak lanjut yang ditunjukan oleh konsumen sebagai akibat dari respon dari pemakaian produk atau jasa yang dibelinya. Hal ini senada dengan yang dipaparkan oleh Lupiyoadi R. dan A. Hamdani (2006:267) bahwa kualitas jasa yang baik (*superior*) dapat berpengaruh langsung kepada perilaku purna pembelian secara *favorable*. Dengan kata lain Kualitas pelayanan sedikitnya memberi pengaruh terhadap perilaku purna pembelian. Selain dari pada itu baik buruknya kualitas pelayanan akan memberikan suatu respon positif atau negatif pada pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dibelinya dan pada akhirnya akan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pelanggan terhadap produk tersebut sehingga timbulah perilaku purna pembelian.

Perilaku purna pembelian berasal dari bagaimana pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu kualitas pelayanan menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam menimbulkan perilaku purna pembelian pada pelanggan. Apabila kualitas pelayanan dirasa baik maka dapat menimbulkan sikap positif bagi perusahaan, misalnya keinginan untuk membeli kembali atau merekomendasikan produk kepada pelanggan lain. Sebaliknya, situasi pelayanan yang buruk terjadi manakala konsumen telah menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan. Buruknya kualitas pelayanan ini dapat menimbulkan sikap negatif terhadap merk maupun produsen/ penyedia jasanya, berkurangnya pembelian ulang, peralihan merk, dan berbagai macam perilaku komplain.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengetahui dan meneliti yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Perilaku Purna Pembelian Produk Meeting Package di Ciater Spa Resort Kabupaten Subang”**.

B. Rumusan Masalah

Bertolak dari latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini mengungkap pokok permasalahan dari kualitas pelayanan produk meeting room di Ciater Spa dan pengaruhnya terhadap perilaku purna pembelian yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan produk *meeting package* di Ciater Spa Resort?
2. Bagaimana perilaku purna pembelian produk *meeting package* di Ciater Spa Resort ?
3. Sejauh mana pengaruh Kualitas pelayanan terhadap perilaku purna pembelian produk *meeting package* di Ciater Spa Resort?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai oleh penulis sehubungan dengan masalah yang telah dirumuskan diatas, penelitian ini bertujuan:

1. Menganalisis kualitas pelayanan produk *meeting package* di Ciater Spa Resort.
2. Menganalisis perilaku purna pembelian pengunjung yang membeli produk *meeting package* di Ciater Spa Resort.
3. Mengidentifikasi pengaruh yang ditimbulkan dari kualitas pelayanan terhadap perilaku purna pembelian produk *meeting package* di Ciater Spa Resort.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan setelah adanya penelitian yang diperoleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Resort

Bagi Ciater Spa Resort, penelitian ini dapat memberikan saran dan menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan resort tersebut khususnya dalam meningkatkan jumlah pengunjung dengan memperhatikan kualitas pelayanan pada konsumen dan perilaku yang timbul akibat dari kualitas pelayanan yang diterima.

2. Penulis

Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dan hasil nyata pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh selama kuliah.

3. Pembaca

Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan informasi dalam penelitian.

E. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan penelitian ini, disajikan pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas dengan membaginya menjadi 5 BAB dan masing-masing mempunyai kaitan satu dengan yang lainnya, yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan mengenai gambaran umum skripsi ini berupa Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan berbagai landasan teori yang berhubungan dan relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Dari bab ini juga teori-teori tersebut kemudian dijadikan dasar

untuk menganalisa dan menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Metode Penelitian yakni menguraikan metode-metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi metode penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, dan analisis pengolahan data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan gambaran umum perusahaan, pembahasan dan analisis hasil penelitian berdasarkan teori dan data yang di dapat melalui survey atau observasi lapangan, wawancara, studi literatur dan penyebaran kuesioner.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan disajikan penutup yang merupakan kesimpulan dari pembahasan ini. Kesimpulan disini merupakan jawaban atas permasalahan dan pembahasan serta rekomendasi mengenai penelitian atas pengaruh kualitas pelayanan terhadap perilaku purna pembelian produk *meeting Package* di Ciater Spa Resort Kabupaten Subang.