

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Loyalitas pengunjung merupakan sebuah tujuan bisnis yang penting bagi perusahaan karena dianggap sebagai faktor penentu dari keberhasilan manajemen dan operasional perusahaan. Loyalitas memiliki keterkaitan dengan faktor kepuasan pengunjung dan kepuasan pengunjung memiliki hubungan dengan citra pada daya tarik wisata. Menciptakan citra positif menjadi sebuah keharusan pengelola hal ini secara langsung mempengaruhi loyalitas pengunjung terhadap daya tarik wisata dan hal ini akan berimplikasi terhadap daya tarik wisata yang stagnan dan berkelanjutan. Studi pariwisata sampai saat ini telah membahas dan memeriksa konstruksi dari citra, kepuasan dan loyalitas secara mandiri, dalam Bigne, Sanchez, & Sanchez (2001). Maka dari itu, diharapkan lebih banyak penelitian tentang keterkaitan diantara citra, kepuasan, dan loyalitas agar memiliki pengetahuan yang lebih luas tentang studi ini, agar lebih mengetahui peran citra daya tarik wisata dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Loyalitas pengunjung mengarah pada retensi konsumen atau pembelian berulang.

Su, Hsu dan Swanson (2017) memaparkan *Destination loyalty can be described as the behavioral intentions of tourists to revisit and make positive recommendations about a particular destination to others through word-of-mouth*. Loyalitas terhadap suatu daya tarik wisata dapat dideskripsikan sebagai niat perilaku pengunjung untuk mengunjungi kembali dan membuat rekomendasi yang positif mengenai daya tarik wisata yang dikunjungi lewat mulut ke mulut. Berdasarkan definisi tersebut loyalitas pengunjung adalah keinginan untuk berkunjung kembali disertai keinginan mereka untuk merekomendasikannya ke orang lain. Gramer dan Brown (1997) dalam Utomo (2006:27) menjelaskan pengertian seputar loyalitas jasa, adalah seberapa besar konsumen (dalam hal ini pengunjung) memperlihatkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Berdasarkan penjelasan yang disampaikan Gramer dan Brown (1997) dalam Utomo (2006:27), pengunjung yang loyal/setia

bukan hanya seorang pembeli yang membeli barang berulang-ulang, melainkan menjaga sikap percaya terhadap penyedia jasa atau perusahaan.

Menurut Oliver (1999) kepuasan pengunjung merupakan jenjang perasaan seseorang setelah menilai antara dampak yang dirasakannya dengan harapannya. Apabila hasil tidak sesuai dengan harapan, maka pengunjung akan merasa kecewa. Apabila hasil sesuai dengan harapan, pengunjung akan merasa puas. Faktor lain yang dapat menumbuhkan rasa loyalitas pada pengunjung yaitu citra daya tarik wisata yang positif, citra daya tarik wisata merupakan hal penting karena dianggap memiliki dampak langsung untuk variabel seperti kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung, atau loyalitas terhadap daya tarik wisata.

Loyalitas adalah konsep yang terkait erat dengan kepuasan pengunjung, dan bahkan ada pernyataan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi menghasilkan pelanggan yang loyal. Hal ini menjadikan loyalitas sebagai konsep utama pemasaran dan setiap diskusi harus mempertimbangkan unsur-unsur yang terlibat dalam proses pembentukannya, seperti kepuasan pelanggan (Petrick dan Backman 2002; Baker dan Crompton 2000). Citra daya tarik wisata memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kualitas dan kepuasan. Citra positif yang berasal dari pengalaman yang positif akan menghasilkan evaluasi terhadap daya tarik wisata yang positif. Namun, citra juga dapat dibentuk saat sebelum berkunjung, misalnya seseorang yang sudah mengetahui informasi dari media sosial, kerabat, keluarga maupun teman dan meyakinkannya maka seseorang tersebut sudah memiliki citra terhadap daya tarik wisata yang akan ia kunjungi. Kepuasan pengunjung akan meningkat jika daya tarik wisata memiliki citra yang positif. Citra juga dipilih karena semakin majunya teknologi dan penyebaran informasi semakin mudah didapatkan, sehingga sangat mudah untuk seseorang menceritakan pengalaman baik dan buruknya di jejaring internet yang akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengunjung.

Menurut Bungin (2017), *communication traffic* yang amat sulit mengakibatkan berita-berita *hoax* sebagai suatu tindakan penafsiran sosial sederhana, namun menjadi musuh masyarakat dan negara, mudah bermunculan. Selain merugikan masyarakat dan Negara, *hoax* juga merugikan pihak perusahaan karena dapat disalahgunakan oleh pihak tertentu dengan maksud buruk untuk menciptakan citra negatif pada perusahaan dengan cara penyebaran *hoax*.

Perkembangan pemakai internet meningkat signifikan setiap tahun, kondisi ini berdampak serius pada kejadian penyebaran berita bohong atau hoax yang semakin marak di Indonesia. Pihak yang menyebarkan berita *hoax* ini memiliki tujuan, salah satunya adalah untuk menggiring opini dan kemudian membentuk persepsi yang salah terhadap suatu informasi yang sebenarnya. Masyarakat mencari kebenaran atas informasi melalui media *mainstream*. Menurut Jemadu (2017), saat ini *hoax* bahkan merambah ke dimensi lain di media sosial dan diadopsi secara cuma-cuma di media *mainstream* tanpa adanya klarifikasi.

Tamansari Gua Sunyaragi adalah salah satu benda cagar budaya yang berlokasi di Kota Cirebon tepatnya di kelurahan Sunyaragi, Kesambi, Kota Cirebon. Gua Sunyaragi merupakan salah satu benda cagar budaya dengan luas sekitar 15 hektare. Dahulu, Tamansari Gua Sunyaragi dibangun dengan tujuan utama sebagai tempat beristirahat dan meditasi para Sultan dan keluarganya. Namun saat ini, Tamansari Gua Sunyaragi menjadi objek wisata dan juga objek penelitian para sejarawan.

Berdasarkan *Google* ulasan, sebanyak 100 ulasan pertama paling relevan dari rentang waktu 31 Agustus 2019 hingga Desember 2019, diambil dari Tamansari Gua Sunyaragi mendapat beberapa komentar negatif dari pengulas, diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Ulasan 100 Pengunjung**

NO.	ULASAN	JUMLAH
1	Cuaca	25 Ulasan
2	Kualitas Pelayanan	7 Ulasan
3	Infrastuktur	7 Ulasan
4	Perawatan Bangunan	6 Ulasan
5	Kebersihan	6 Ulasan
6	Informasi	3 Ulasan
8	Keamanan	3 Ulasan
9	Suasana	3 Ulasan

Sumber : *Google* ulasan 2019

Berdasarkan tabel diatas, terdapat 60 ulasan negatif dari 100 ulasan paling relevan, dan dapat diketahui bahwa masih adanya ulasan yang negatif seperti cuaca panas yang menyengat dan gersang di sekitar daya tarik wisata, kualitas pelayanan

SDM seperti kurangnya keramah tamahan kepada pengunjung dan pemandu wisata yang masih kurang memadai dengan jumlah pengunjung, infrastruktur seperti ketersediaan toilet, mushola, tempat parkir yang masih kurang terurus dengan baik, perawatan bangunan yang kondisinya kurang bersih dan terawat, kebersihan di sekitar daya tarik wisata yang masih kurang terawat serta masih banyaknya rumput liar di sekitar daya tarik wisata, pengunjung juga mengeluhkan membutuhkan papan informasi yang jelas, faktor keamanan seperti dinding gua yang masih terdapat bagian sudut yang tajam yang dapat membahayakan pengunjung, pengunjung juga mengeluhkan suasana yang monoton dan tidak begitu menarik. Penjabaran ulasan diatas merujuk kepada variabel citra, kepuasan, dan loyalitas. Oleh karena itu Tamansari Gua Sunyaragi dinilai sesuai dengan konteks penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara citra daya tarik wisata, kepuasan yang dialami oleh pengunjung dan loyalitas mereka terhadap daya tarik wisata secara struktural. Penelitian sebelumnya (Baloglu & McCleary, 1999; Chon, 1990, 1992) menguji hipotesis untuk mengkonfirmasi hubungan sebab akibat. Dilakukan di empat negara yang berbeda yaitu: Turki, Yunani, Italia, dan Mesir menunjukkan bahwa citra daya tarik wisata akan memengaruhi pengunjung dalam proses memilih daya tarik wisata, evaluasi selanjutnya dari perjalanan dan motivasi mereka di masa yang akan datang. Lebih lanjut, penelitian sebelumnya yang dilakukan di Arkansas — Eureka Springs oleh Chiu, Zeng dan Cheng (2016), hasil penelitian menunjukkan citra kognitif memiliki pengaruh langsung pada citra afektif dan mengkonfirmasi proses pembentukan citra daya tarik wisata, baik citra kognitif dan afektif memiliki pengaruh positif pada kepuasan. Dengan diketahuinya pengaruh citra, kepuasan, dan loyalitas di daya tarik wisata Tamansari Gua Sunyaragi, serta pendapat pengunjung mengenai citra daya tarik wisata Tamansari Gua Sunyaragi, maka diharapkan pengelola Tamansari Gua Sunyaragi dapat memahami peran citra terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung, serta apa yang dibutuhkan pengunjung, sehingga pengunjung dapat memperoleh kepuasan dan kedepannya berencana mengulangi kunjungannya atau setidaknya merekomendasikan Tamansari Gua Sunyaragi sebagai salah satu daya tarik wisata yang pantas dikunjungi.

Dalam hal ini peneliti memberikan kesimpulan sementara bahwa antara citra daya tarik wisata dan kepuasan pengunjung dengan loyalitas pengunjung memiliki keterkaitan membentuk suatu hubungan sebab akibat yang saling berkaitan, terbukti berdasarkan data – data yang telah dikemukakan diatas. Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut seputar hubungan antara citra daya tarik wisata, kepuasan dan loyalitas yang selanjutnya penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung dan Implikasinya Pada Loyalitas Pengunjung di Tamansari Gua Sunyaragi”**.

### **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan masalah yang dipaparkan pada bagian latar belakang, maka hal yang paling mendasar dari permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana citra daya tarik wisata di Tamansari Gua Sunyaragi?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung di daya tarik wisata Tamansari Gua Sunyaragi?
3. Bagaimana loyalitas pengunjung di daya tarik wisata Tamansari Gua Sunyaragi?
4. Bagaimana pengaruh citra daya tarik wisata terhadap loyalitas pengunjung baik secara langsung maupun melalui kepuasan pengunjung di Tamansari Gua Sunyaragi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis citra daya tarik wisata di Tamansari Gua Sunyaragi.
2. Menganalisis tingkat kepuasan pengunjung di Tamansari Gua Sunyaragi.
3. Menganalisis loyalitas pengunjung di Tamansari Gua Sunyaragi.
4. Menganalisis pengaruh citra daya tarik wisata terhadap loyalitas pengunjung baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pengunjung di Tamansari Gua Sunyaragi.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman serta pengetahuan penulis untuk dapat berkontribusi dalam bidang pengelolaan taman rekreasi kedepannya.

### 2. Manfaat Bagi Praktisi

- a. Untuk pemerintah diharapkan dapat menjadikan saran atau pertimbangan untuk kedepannya melakukan evaluasi ke setiap destinasi wisata secara merata dan berkala serta menjadi bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan selanjutnya.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pengelola taman rekreasi saat ini dengan menjadikan penelitian sebagai pertimbangan dalam melakukan pembenahan dan pengembangan dikemudian hari.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Urutan penulisan dalam penelitian ini meliputi:

- BAB I** : Pendahuluan  
 Dalam bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, sistematika penulisan penelitian.
- BAB II** : Tinjauan Pustaka  
 Dalam bab ini berisikan kajian teori, hipotesis, penelitian terhadulu dan kerangka pemikiran, membahas mengenai teori teori yang berhubungan dengan objek penelitian serta digunakan untuk menganalisis data penelitian teori yang dipakai yaitu teori Citra daya tarik wisata, Kepuasan Pengunjung, dan Loyalitas Pengunjung,.
- BAB III** : Metode Penelitian  
 Dalam bab ini berisikan lokasi penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, variabel penelitian, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data,.

**BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam bab ini berisikan gambaran umum, profil responden, hasil analisis deskriptif variabel citra daya tarik wisata, kepuasan pengunjung serta loyalitas pengunjung bersama pembahasan, pengaruh citra daya tarik wisata dan loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung beserta pembahasan.

**BAB V : Kesimpulan dan Saran.**

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**1.6 Definisi Istilah**

Definisi istilah adalah penjelasan makna dari kata kunci yang terdapat dalam judul atau fokus rumusan masalah dari penelitian berdasarkan maksud dari pemahaman peneliti dari penelitiannya.

**1.6.1 Citra daya tarik wisata**

Citra daya tarik wisata merupakan serangkaian persepsi gambaran pengunjung terhadap daya tarik wisata sebelum pengunjung mendatangi daya tarik wisata. Citra daya tarik wisata terdiri dari karakteristik fungsional mengenai aspek-aspek yang nyata seperti tingkat harga, akomodasi, fasilitas dan atraksi dari suatu destinasi, dan karakteristik psikologis mengenai aspek aspek yang lebih tidak berwujud seperti keramahan dan keselamatan, dalam Echtner & Ritchie, (1991).

**1.6.2 Kepuasan Pengunjung**

Menurut Tjiptono, (2008) kepuasan pengunjung adalah kepuasan seseorang yang dilatarbelakangi oleh pemenuhan apa yang diharapkannya. Wilkie (1994) mendefinisikan kepuasan pelanggan atau pengunjung sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumen (pengunjung) terhadap suatu produk atau jasa.

**1.6.3 Loyalitas Pengunjung**

Loyalitas adalah sebuah sikap kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk barang maupun jasa dengan pembelian berulang. Gramer dan Brown, dalam Utomo (2006:27) menjelaskan pengertian mengenai loyalitas jasa, yaitu derajat

sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.