

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata saat ini telah difokuskan pada penilaian dan pengukuran *behavioral intention*, investigasi perilaku konsumen melalui *behavioral intention* dapat memberikan pemahaman yang lebih baik dari retensi pelanggan di suatu destinasi (Canny, 2013; C. Chen & Tsai, 2007). Beberapa tahun terakhir terdapat beberapa penelitian mengenai *behavioral intention* untuk memahami perilaku wisatawan. Memahami *behavioral intention* wisatawan dalam pengembangan pemasaran dan strategi operasionalnya sangat amat penting untuk keberlangsungan jangka panjang dalam industri pariwisata (Baker & Crompton, 2000). Pada industri pariwisata ini, *behavioral intention* dianggap memiliki peran penting guna mempertahankan jumlah kunjungan lewat *revisit intention* serta meningkatkan jumlah kunjungan melalui rekomendasi dari wisatawan yang telah berkunjung sebelumnya (Y. C. Chen, Shang, & Li, 2014). *Behavioral intention* masih menjadi masalah di bidang pariwisata tak terkecuali di Indonesia.

Di Indonesia sendiri tingkat *behavioral intention* khususnya pada wisatawan mancanegara tergolong masih rendah, apabila merujuk pada data laporan tahunan statistik profil wisatawan mancanegara oleh Kementerian Pariwisata tahun 2016 menunjukkan bahwa tingkat wisatawan yang berkunjung kembali berdasarkan motivasi untuk kunjungan liburan hanya 58,27%, yang mana jumlah tersebut masih kalah dibandingkan tingkat kunjungan kembali wisatawan ke negara Singapura yang sudah mencapai 80%. Tingkat *behavioral intention* yang rendah ini menuntut para pelaku industri pariwisata di Indonesia harus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan tingkat *behavioral intention*, misalnya kegiatan promosi yang tentu akan meningkatkan biaya yang mereka keluarkan (Wibowo, Fitriani, & Ridwanudin, 2016).

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa permasalahan *behavioral intention* harus diteliti sehingga pelaku industri pariwisata dapat menemukan strategi yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan kunjungan wisatawan tanpa harus mengeluarkan biaya yang signifikan. Menurut Chen dan Tsai (2007) *behavioral intention* diidentifikasi sebagai keinginan atau keputusan

pengunjung untuk berkunjung kembali ke destinasi yang sama atau kesediaan untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Penelitian tentang *behavioral intention* telah diaplikasikan dalam berbagai bidang industri (Jang & Feng, 2007). Industri tersebut diantaranya bidang industri Kesehatan (Ingram, Clarke, & Murdie, 1978), pariwisata (Chan, Hsu, Baum, & Baum, 2015; C. Chen & Tsai, 2007; Jin, Lee, & Lee, 2013; Vélez, Naranjo, & Rodríguez, 2018; Wibowo et al., 2016), retail (Hunter, 2006; Stoel, Wickliffe, & Lee, 2004), otomotif (Jalilvand & Samiei, 2012), transportasi udara (C. Chen, 2008) dan kegiatan olahraga (Chalip, Green, & Hill, 2003; Y. K. Kim, Ko, Lee, & Jeong, 2009). Diantara berbagai industri tersebut industri pariwisata adalah paling banyak diteliti terkait dengan konsep *behavioral intention* (Ho & Lee, 2007; Kaplanidou & Vogt, 2006).

Banyaknya literatur yang membahas mengenai *behavioral intention* di bidang pariwisata memperlihatkan bahwa konsep ini sangat dekat dengan industri kepariwisataan (Y. C. Chen et al., 2014). Dalam industri kepariwisataan, destinasi menjadi sektor yang paling banyak diteliti terkait dengan *behavioral intention* (C. Chen & Tsai, 2007; Y. C. Chen et al., 2014; Soon Ho Kim, Han, Holland, & Byon, 2009; J. Lee, Graefe, Burns, Graefe, & Burns, 2008; Loureiro, 2015; Phillips & Jang, 2007) dibandingkan dengan sektor lainnya seperti akomodasi (M.-F. Chen & Tung, 2014; Han, Hsu, & Sheu, 2010; Han & Jin, 2015), *Tour and travel* (Ho & Lee, 2007) *Food and beverage* (Han, Back, & Barrett, 2009; Ryu & Han, 2010) dan Spa (Soo Hyun Kim, Kim, & Knutson, 2010). Kondisi ini memperlihatkan bahwa *behavioral intention* memiliki peran yang cukup sentral dalam berbagai bidang industri pariwisata, terutama bidang destinasi. Konsep *behavioral intention* dalam industri pariwisata ini selalu dibarengi dengan konsep niat berkunjung kembali atau *Re-visit intention* serta *recommendation intention* (Um, Chon, & Ro, 2006).

Konsep *behavioral intention* dalam industri pariwisata selalu menjadi isu yang sering diteliti oleh para akademisi di Indonesia terhadap berbagai jenis produk pariwisata (Cahyanti & Anjaningrum, 2017). Diantara berbagai produk tersebut, bidang destinasi adalah bidang yang membutuhkan eksistensi *behavioral*

intention di kalangan wisatawan. Ini dikarenakan destinasi adalah produk utama dari kegiatan berwisata yang dilakukan oleh seorang wisatawan. Semakin berkesannya sebuah destinasi maka semakin besar kemungkinannya untuk melahirkan *behavioral intention* pada wisatawan yang pernah mengunjungi destinasi tersebut (C. Chen & Tsai, 2007). Berdasarkan data laporan tahunan statistik profil wisatawan mancanegara oleh Kementerian Pariwisata tahun 2016, wisata bahari adalah kegiatan wisata yang paling sering dilakukan oleh *repeater traveler* dengan persentase 43,61%. Jauh mengungguli kegiatan wisata lainnya seperti wisata petualangan dan wisata ekologi yang hanya ada pada kisaran persentase 17% (Hidayah & Amory, 2016:86)

Indonesia sebagai negara maritim dianugerahi banyak sekali potensi wisata bahari yang tersebar dari Sabang sampai Merauke sehingga menyebabkan adanya peningkatan arus kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang cukup ramai dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara adalah Kabupaten Belitung(Belitunginfo.com, 2018). Kabupaten Belitung merupakan bagian dari Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang dahulu terkenal sebagai salah satu daerah penghasil hasil tambang berupa timah terbesar di Indonesia.

Pulau Belitung berkembang sebagai salah satu destinasi tujuan wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 dimana kunjungan wisatawan selama kurun tahun 2014-2018 selalu mengalami peningkatan, akan tetapi untuk tahun 2019 terjadi penurunan jumlah wisatawan sebesar 119.417 dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan jumlah wisatawan pada tahun 2019 ini salah satunya disebabkan oleh kebijakan pemerintah terkait peningkatan tarif batas atas untuk tiket pesawat domestik.

TABEL 1. 1
DATA ARUS KUNJUNGAN WISATAWAN KE KABUPATEN BELITUNG
TAHUN 2014-2019

| Tahun | Wisnus | Wisman | Total |
|--------------|---------------|---------------|--------------|
| 2014 | 196.617 | 3.206 | 199.825 |
| 2015 | 247.053 | 4.387 | 251.440 |

Oki Almeyda, 2020

PENGARUH *DAILY TOUR SERVICE QUALITY* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* (SURVEY PADA WISATAWAN YANG MELAKUKAN *ONE DAY TRIP ISLAND HOPPING* DI LEEBONG ISLAND BELITUNG)

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

| | | | |
|------|---------|--------|---------|
| 2016 | 285.773 | 7.112 | 292.885 |
| 2017 | 371.338 | 9.603 | 380.941 |
| 2018 | 452.890 | 14.681 | 467.571 |
| 2019 | 329.091 | 19.063 | 348.154 |

Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Belitung (2020)

Potensi daya tarik wisata unggulan dari Kabupaten Belitung adalah wisata bahari. Hal ini dikarenakan Kabupaten Belitung memiliki potensi daya tarik wisata bahari yang beragam. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.2 yang memperlihatkan berbagai jenis daya tarik wisata bahari yang dimiliki oleh Kabupaten Belitung berupa keberagaman pantai serta gugusan pulau-pulau kecil yang berlokasi tersebar di beberapa kecamatan di Kabupaten Belitung dengan Kecamatan Sijuk yang memiliki jumlah daya tarik wisata bahari yang paling banyak dikarenakan letak wilayah geografisnya yang dekat dengan pesisir.

TABEL 1. 2
DATA DAYA TARIK WISATA BAHARI DI KABUPATEN BELITUNG

| No | Daya Tarik Wisata | Lokasi | Atraksi utama |
|----|-------------------------|--------------|--|
| 1 | Pulau Lengkuas | Kec. Sijuk | Pulau kecil dimana terdapat mercusuar kuno dan juga pantai dan gugusan bebatuan granit. |
| 2 | Pulau Kepayang | Kec. Sijuk | Pulau kecil yang di dalamnya terdapat sebuah resort, restoran dan penangkaran penyu |
| 3 | Pantai Tanjung Kelayang | Kec. Sijuk | Pantai indah yang sempat masuk dalam 10 destinasi Bali baru |
| 4 | Pantai Tanjung Tinggi | Kec. Sijuk | Pantai dengan pasir putih dan bebatuan granit raksasa serta tempat syuting film Laskar Pelangi |
| 5 | Pulau Burung | Kec. Sijuk | Pulau yang tersusun dari rangkaian bebatuan granit yang berbentuk menyerupai sebuah burung |
| 6 | Pulau Leebong | Kec. Badau | Pulau kecil dengan konsep <i>private island</i> |
| 7 | Pantai Tanjung | Kec. Tanjung | Pantai sekaligus taman |

Oki Almeyda, 2020

PENGARUH DAILY TOUR SERVICE QUALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (SURVEY PADA WISATAWAN YANG MELAKUKAN ONE DAY TRIP ISLAND HOPPING DI LEEBONG ISLAND BELITUNG)

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

| | | | |
|---|------------------|----------------|---|
| | Pendam | Pandan | yang sangat dekat dengan pusat kota Tanjung Pandan |
| 8 | Pulau Pasir | Kec. Sijuk | Pulau tidak permanen yang hanya muncul apabila permukaan laut tidak sedang pasang |
| 9 | Pantai Penyabong | Kec. Membalong | Pantai dengan pasir putih dan bebatuan granit yang berukuran sebesar sebuah bukit |

Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Belitung (2020)

Di Kabupaten Belitung sendiri, salah satu jenis wisata bahari yang cukup digemari oleh wisatawan adalah kegiatan *one day trip island hopping* atau mengunjungi berbagai pulau kecil dan dapat mengakomodir beberapa jenis aktivitas seperti berenang, *snorkling*, berjemur, ataupun sekedar bersantai. Ada dua kegiatan *island hopping* yang ada di Kabupaten Belitung saat ini, yang pertama adalah *island hopping* Pulau Lengkuas yang memang sudah terkenal di kalangan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Belitung dan yang kedua adalah *island hopping* Pulau Leebong, destinasi yang baru pertama kali dibuka pada tahun 2016 ini memiliki konsep *private island resort* sehingga menawarkan pengalaman yang berbeda dalam kegiatan *one day trip island hopping*. Walaupun untuk mengunjunginya memang harus mengeluarkan biaya yang sedikit lebih mahal daripada *island hopping* Pulau Lengkuas namun Pulau Leebong tetap menjadi alternatif menarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Belitung.

Hal inilah yang dapat dilihat pada tabel 1.3 dimana jumlah wisatawan yang mengunjungi Pulau Leebong pada tahun 2019 kemarin mengalami peningkatan sebanyak 1.061 orang dari tahun 2018. Sementara itu untuk tahun 2017 tidak terdapat data mengenai jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun tersebut dikarenakan memang pihak manajemen pada saat itu tidak melakukan pendataan arus kunjungan wisatawan yang berkunjung.

TABEL 1. 3
DATA ARUS KUNJUNGAN WISATAWAN KE LEEBONG ISLAND
BELITUNG TAHUN 2017-2019

| Tahun | Jumlah |
|-------|--------|
|-------|--------|

Oki Almeyda, 2020

PENGARUH DAILY TOUR SERVICE QUALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (SURVEY PADA WISATAWAN YANG MELAKUKAN ONE DAY TRIP ISLAND HOPPING DI LEEBONG ISLAND BELITUNG)

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

| | Kunjungan |
|------|------------------|
| 2017 | - |
| 2018 | 4.220 |
| 2019 | 5.281 |

Sumber : Pihak Manajemen Leebong Island (2020)

Kondisi pandemi COVID-19 yang terjadi ditahun ini memberikan dampak yang luar biasa bagi Industri pariwisata secara keseluruhan. Semua aktivitas kepariwisataan dari skala internasional sampai ke skala terkecil pun menjadi lumpuh sejak adanya instruksi menjaga jarak sosial dan gaung beraktivitas di rumah saja. Hal ini sangatlah mengkhawatirkan bagi Indonesia karena sektor pariwisata Indonesia selama ini digadang-gadang sebagai sumber kontribusi devisa terbesar kedua. Untuk mengurangi dampak yang dirasakan, pemerintah Indonesia menyiapkan sejumlah stimulus membangkitkan sektor pariwisata. Salah satu kebijakan pemerintah Indonesia adalah dengan memberikan insentif melalui diskon tiket pesawat antara 30% sampai 40% untuk 10 destinasi dalam negeri dari Maret hingga Mei 2020. Adapun 10 destinasi wisata yang dimaksud meliputi Batam, Denpasar, Yogyakarta, Labuan Bajo, Lombok, Malang, Manado, Silangit, Tanjung Pinang, dan Tanjung Pandan. Kebijakan ini diharapkan akan dapat mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan lokal, namun tetap saja sejumlah stimulus yang disiapkan pemerintah tersebut tak mampu membendung dampak negatif corona COVID-19.

Dampak yang disebabkan oleh pandemi pandemi COVID-19 ini dirasakan oleh seluruh industri pariwisata mulai dari pusat hingga daerah-daerah. Salah satunya adalah Belitung. Meskipun termasuk dalam 10 destinasi wisata yang masuk dalam program pemberian insentif tiket pesawat, namun tetap saja pariwisata Belitung sempat mengalami kelesuan dimana atraksi wisata banyak yang ditutup dan okupansi mayoritas hotel juga turun drastis. Pulau Leebong menjadi salah satu destinasi yang terdampak cukup parah, hal ini dikarenakan mayoritas wisatawan yang biasa berkunjung adalah wisatawan yang berasal dari luar Belitung.

Namun seiring dengan membaiknya kondisi di Pulau Belitung, kegiatan kepariwisataan mulai dihidupkan kembali pada bulan Juli, destinasi-destinasi seperti Pulau Leebong harus mencari cara untuk menggaet wisatawan agar mau

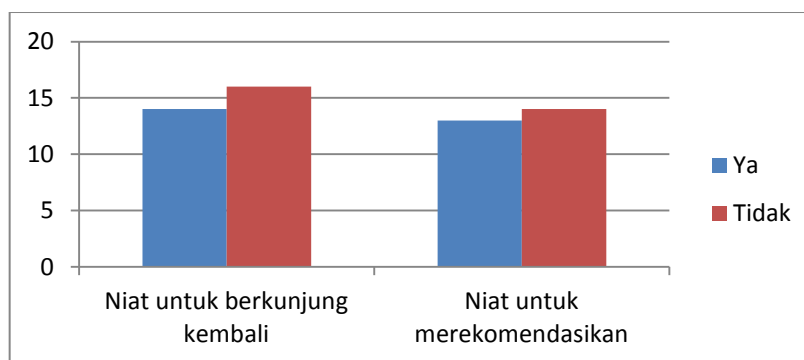
Oki Almeyda, 2020

PENGARUH DAILY TOUR SERVICE QUALITY TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION (SURVEY PADA WISATAWAN YANG MELAKUKAN ONE DAY TRIP ISLAND HOPPING DI LEEBONG ISLAND BELITUNG)

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

berwisata lagi. Dengan mendorong orang untuk mulai melakukan kegiatan berwisata lagi maka diharapkan destinasi tersebut akan mulai kembali menghasilkan keuntungan dan pada akhirnya akan membangkitkan industri kepariwisataan di daerah. Salah satu cara yang harus dilakukan dan dimanfaatkan oleh Pulau Leebong adalah dengan mencoba membangun *behavioral intention* yang positif di kalangan wisatawan. *Behavioral intention* yang positif akan mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali dan juga sekaligus akan menjaring wisatawan-wisatawan baru lewat rekomendasi dan positif *wom* yang dilakukan oleh wisatawan yang telah berkunjung, sehingga akhirnya destinasi akan dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan (Y. C. Chen et al., 2014).

Untuk melihat sejauh mana niat berperilaku wisatawan yang melakukan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung, maka dilakukan pra-penelitian cara menyebarkan kuesioner pada wisatawan pada tanggal 20 Mei 2020 sampai dengan 20 Juni 2020. Dalam pra penelitian ini digunakan dua atribut *behavioral intention* yaitu *revisit intention* (niat untuk berkunjung kembali) dan *recommendation intention* (niat untuk merekomendasikan). Dari hasil pra penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil terlihat pada Gambar 1.1 dibawah ini



Sumber : Hasil Pengolahan Pra Penelitian, 2020

GAMBAR 1. 1
DATA HASIL PRA PENELITIAN BEHAVIORAL INTENTION
WISATAWAN YANG MELAKUKAN KEGIATAN ONE DAY TRIP
ISLAND HOPPING DI LEEBONG ISLAND TAHUN 2020

Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa dari 30 responden, wisatawan yang memiliki niat untuk berkunjung kembali untuk melakukan *one day trip*

Oki Almeyda, 2020

PENGARUH *DAILY TOUR SERVICE QUALITY* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* (SURVEY PADA WISATAWAN YANG MELAKUKAN *ONE DAY TRIP ISLAND HOPPING* DI LEEBONG ISLAND BELITUNG)

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

island hopping di Pulau Leebong Belitung hanya 14 orang sedangkan 16 orang lainnya tidak memiliki niat untuk berkunjung kembali untuk melakukan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung. Pada atribut niat untuk merekomendasikan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung kepada orang lain 13 orang yang menjawab berniat untuk merekomendasikan dan 17 orang lainnya tidak memiliki niat untuk merekomendasikan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung. Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa *behavioral intention* wisatawan yang melakukan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung cukup rendah, maka perlu untuk mengetahui upaya yang dapat dilakukan guna meningkatkan *behavioral intention* pada wisatawan yang melakukan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung.

Dalam berbagai penelitian, pembahasan konsep *behavioral intention* dilakukan berdasarkan pendekatan teori *consumer behavior*, dimana dalam hal ini mencakup proses menciptakan kesiapan untuk merespon melalui keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau jasa (Lake, 2009:101). Teori *consumer behavior* dianggap dapat dimanfaatkan dalam proses mengidentifikasi faktor-faktor yang menimbulkan *behavioral intention* (Y. C. Chen et al., 2014). Dalam perkembangannya ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* pada wisatawan diantaranya antara lain faktor citra destinasi (C. Chen & Tsai, 2007), *service quality* (C. Chen, 2008; J. Lee et al., 2008; Ryu & Han, 2010), *perceived value* (Wibowo et al., 2016), *e-wom* (Kamtarin, 2012; Park & Lee, 2008), *experience quality* (C. Chen & Chen, 2010; Jin et al., 2013), *tour quality* (Chan et al., 2015; Vélez et al., 2018) dan berbagai faktor-faktor lainnya.

Diantara beberapa faktor-faktor yang disebutkan sebelumnya, faktor *service quality* dan *tour quality* untuk mengukur kualitas pelayanan dari destinasi secara umum adalah faktor yang penting dalam pembentukan *behavioral intention* pada wisatawan sebab kualitas dari setiap komponen yang berada dalam sebuah kegiatan tur akan berpengaruh langsung kepada kepuasan wisatawan yang akan menentukan apakah akan terbentuk suatu *behavioral intention* pada wisatawan tersebut (Canny, 2013; Um et al., 2006; Vélez et al., 2018). Konsep *service*

quality dan *tour quality* telah diimplementasikan dalam berbagai jenis industri kepariwisataan untuk mengukur kualitas jasa dari berbagai jenis industri tersebut. Salah satunya adalah dalam industri *tour and travel* yang melahirkan konsep *daily tour service quality* yang ditujukan khusus untuk mengukur kualitas kegiatan wisata dengan durasi kurang dari satu hari dan tidak menggunakan fasilitas penginapan.

Wisatawan yang membeli sebuah paket wisata cenderung akan mencari pengalaman yang berkesan yang akan mempengaruhi perilaku pasca pembeliannya (Chan et al., 2015; Yuniawati & Ridwanudin, 2015). Begitu pula dengan wisatawan yang melakukan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Kabupaten Belitung. *Daily tour service quality* yang ditawarkan oleh sebuah destinasi harus diukur karena menentukan akan terbentuk *behavioral intention* di kalangan wisatawan. *Daily tour service quality* memiliki dimensi yang kondisional tergantung dari jenis destinasi yang ingin diteliti (Stetic, Simicevic, & Stanic, 2011), dalam konteks ini dimensi *daily tour service quality* yang digunakan dalam kegiatan *island hopping* terdiri dari *Transportation*, *Tour guide*, *Food and Beverage* dan *Visits and activities*

Transportation, dalam kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung, wisatawan akan mendapatkan fasilitas transportasi berupa kapal yang akan mengantar wisatawan menuju Pulau Leebong. Kemudian ketika berada di Pulau Leebong wisatawan mendapatkan fasilitas berupa sepeda yang dapat digunakan untuk mengeksplor pulau.

Tour Guide, kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong sudah termasuk jasa *tour guide* dan *tour helper* dari staff yang berasal dari manajemen Pulau Leebong itu sendiri. *Tour guide* dan *tour helper* ini akan mendampingi dan membantu wisatawan mulai dari keberangkatan di Pelabuhan Pegantungan, menuju pulau dan selama berkegiatan di Pulau Leebong sekaligus juga memastikan keamanan dan kenyamanan dari setiap wisatawan dalam melakukan segala aktivitas saat tur berjalan.

Food and Beverage, Dalam kegiatan *one day trip island hopping* Pulau Leebong ini, wisatawan akan melakukan makan siang di restoran resort Pulau

Leebong itu sendiri, Menu yang disediakan adalah menu *seafood* dan berbagai menu lainnya yang dapat dibeli oleh wisatawan.

Visits and activities, dalam kegiatan *one day trip island hopping* Pulau Leebong, wisatawan akan diajak berkeliling mengunjungi pulau kecil di sekitar Pulau Leebong sebelum nantinya kegiatan tur akan dipusatkan di Pulau Leebong itu sendiri. Rangkaian keindahan pulau-pulau yang dikunjungi serta aktivitas-aktivitas yang dilakukan akan memberikan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *daily tour service quality* terhadap *behavioral intention*”** (Survei pada wisatawan yang melakukan *one day trip island hopping* di Leebong *island* Belitung).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkat *behavioral intention* wisatawan setelah melakukan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung?
2. Bagaimana gambaran tingkat *daily tour service quality* pada kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung?
3. Bagaimana pengaruh *daily tour service quality* terhadap *behavioral intention* wisatawan setelah melakukan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai *daily tour service quality* kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung.
2. Untuk mengidentifikasi *behavioral intention* wisatawan setelah melakukan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung.

Oki Almeyda, 2020

PENGARUH *DAILY TOUR SERVICE QUALITY* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* (SURVEY PADA WISATAWAN YANG MELAKUKAN *ONE DAY TRIP ISLAND HOPPING* DI LEEBONG ISLAND BELITUNG)

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

3. Untuk menjelaskan pengaruh *daily tour service quality* terhadap *behavioral intention* wisatawan setelah melakukan kegiatan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas serta mengembangkan kajian ilmu manajemen pemasaran pariwisata, khususnya pemasaran destinasi pariwisata dengan mengkaji pengaruh *daily tour service quality* terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini juga diharapkan akan dapat memberikan gambaran bagi mereka yang hendak meneliti lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan masukan kepada pihak penyedia layanan *one day trip island hopping* di Pulau Leebong Belitung untuk memberikan pelayanan terbaik untuk wisatawan dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan membangun loyalitas wisatawan. Selain itu juga, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi setiap penyedia layanan serupa di seluruh Indonesia tentang bagaimana pengelolaan wisata harian khususnya kegiatan *one day tour island hopping* yang baik.