

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri Pariwisata dapat diartikan sebagai sehimpunan bidang usaha yang menghasilkan berbagai jasa dan barang yang dibutuhkan oleh mereka yang melakukan perjalanan wisata. Setiap produk, baik yang nyata maupun maya yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan tertentu manusia, hendaknya dinilai sebagai produk industri wisata. Indonesia terdiri dari 34 Provinsi yang sangat terkenal dengan berbagai pesona wisata alam serta memiliki beragam suku dan budaya yang mampu menarik minat wisatawan dalam melakukan kunjungan, baik domestik maupun internasional. Indonesia adalah destinasi terbaik yang memiliki beraneka ragam tempat wisata yang wajib dikunjungi.

Wisata luar menganggap Indonesia adalah paru-paru dunia bahkan ada yang menyebutnya sebagai surga dunia dikarenakan Indonesia memiliki lahan, hamparan sawah yang luas, hutan yang hijau, perkebunan, serta laut yang luas. Masyarakat Indonesia memanfaatkan lahan tersebut untuk bercocok tanam, serta menjadikannya berbagai objek wisata untuk terciptanya kepuasan bagi wisatawan yang ingin berkunjung. Salah satu wisata alam yang mengandung budaya dan bukti sejarah peradapan tentang kehidupan yaitu Kota Padang Sumatera Barat.

Potensi kepariwisataan di Provinsi Sumatera Barat sangat banyak dan beragam. Sumatera Barat memiliki berbagai macam destinasi wisata yang tersebar di masing-masing kabupaten, diantaranya: wisata bahari, wisata sejarah, wisata alam, wisata olahraga/minat khusus, dan wisata kuliner. Keberadaan destinasi wisata tersebut berdampak pada tingkat kunjungan wisatawan domestik yang

meningkat setiap tahunnya. Wisata alam menjadi jenis wisata yang paling banyak diminati. Wisata yang menawarkan keindahan alam dan nilai budaya menjadi dorongan wisatawan lokal untuk memutuskan keputusan untuk berkunjung.

Menurut [1] Keputusan konsumen adalah tahap dalam proses keputusan pembelian pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang di tawarkan. Menurut [2] faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen yaitu Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi. Kemudian menurut [1] faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu persepsi yang di dalamnya ada persepsi tentang Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Merek, Harga, Lokasi, Promosi dan Saluran Distribusi.

Menurut [2] mendefinisikan bahwa Promosi; mengacu pada kegiatan berkomunikasi dan membujuk pelanggan sasaran untuk merasakan nilainya produk ataupun jasanya. Menurut [3] berpendapat bahwa Kualitas Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Menurut [4] mengatakan produk atau jasa dan merek mempunyai nilai simbiosis bagi individu, yang menilainya atas dasar konsistensi (kesesuaian) dengan gambaran pribadi mereka mengenai diri sendiri.

Pantai Air Manis termasuk pantai di Kota Padang yang meskipun tidak luput digerus ombak, masih terasa luas dan landai. Saking luasnya, mobil pengunjungpun bisa hilir mudik di pasirnya yang membentang lega, padat putih

dan bersih. Tidak heran jika banyak pengunjung yang juga memanfaatkannya sebagai arena berolahraga seperti bermain bola dan lainnya. Anak-anak juga terasa nyaman bermain membuat istana pasir, membenamkan badan ke dalam pasir dan banyak lagi kegiatan yang mengasyikkan dapat dilakukan. Pantai Air Manis juga pantai di kota Padang yang masih rimbun oleh pohon kelapa. Sehingga, terlihat indah dan menciptakan area bersantai yang teduh selain pondok-pondok istirahat yang disediakan warga sekitar.

Objek wisata ini dilengkapi fasilitas umum yang memadai. Seperti toilet, tempat beribadah dan tentunya area parkir, baik kendaraan roda 2 hingga roda 4. Untuk kuliner, cukup banyak kantin atau warung yang menjajakan berbagai makanan dan minuman. Tak terkecuali pedagang kaki lima atau pedagang keliling. Salahsatu menu andalan destinasi ini adalah kelapa muda. Bagi pengunjung yang tidak atau lupa bawa pakaian ganti untuk bermain air maupun mandi, di kawasan pantai Air Manis juga tersedia gerai pakaian dengan harga terjangkau.

Ombak di Pantai Air Manis pada waktu tertentu cukup tinggi sehingga bisa dimanfaatkan oleh para surfer berselancar di atasnya. Disamping itu, bagi penyuka olahraga yang memancing adrenalin juga tersedia jasa para layang dengan didampingi kru yang berpengalaman dan terlatih. Disisi barat Pantai Air Manis terdapat pulau kecil yang ketika air surut bisa didatangi dengan berjalan kaki. Namun harap berhati-hati, karena dasar area yang dilalui berupa hamparan karang yang sebagian cukup tajam. Di pulau tersebut, pengunjung bisa bersantai hingga memancing. Hanya saja jangan sampai terlena dan terjebak tidak bisa

kembali, karena menjelang magrib pasang naik, jalur penghubung akan hilang dibanam air laut.

Pantai Air Manis juga terkenal dengan legenda Malin Kundangnya. Legenda yang mengisahkan seorang anak durhaka yang berubah jadi batu akibat kutukan ibu kandungnya. Gundukan batu disisi selatan pantai, yang disalahsatu bagiannya berbentuk manusia sedang sujud konon adalah sosok si anak durhaka yang bernama Malin Kundang yang membatu beserta istri dan kru kapal serta kapalnya. Diceritakan, Malin Kundang merantau dan kaya namun tidak mengakui ibu kandungnya sebagai orang tua yang telah melahirkannya. Sedih, kecewa dan marah si ibu mengutuk anaknya menjadi batu. Sebagian orang percaya kisah ini memang pernah terjadi dimasa silam. Sebagian lagi menganggap hanya sekedar dongeng belaka. Tapi, yang pasti, legenda ini sudah terlanjur mendunia dan gundukan batu Malin Kundang sangat difavoritkan sebagai spot berfoto.

Pantai Air Manis terletak di wilayah selatan Kota Padang. Tepatnya di balik bukit gado-gado dan gunung Padang. Sebelumnya akses ke destinasi wisata ini kurang nyaman. Selain jaraknya lumayan jauh dari pusat kota, medan yang ditempuh cukup sulit karena sempit dan lumayan terjal naik turun. Namun sekarang, pengunjung sudah bisa dimanjakan oleh jalur baru yang disamping representatif juga seru karena melewati Jembatan Siti Nurbaya yang menghubungkan ke jalan baru yang besar beraspal mulus, menembus bukit dengan pemandangan indah dan jarak tempuh yang lebih dekat.

Diera komputerisasi saat ini, dimana pemikiran konsumen yang kritis dan modern membuat segala sesuatu yang akan di lakukan lebih dipikirkan secara

rasional. Pantai Air Manis ini merupakan satu dari sekian banyak destinasi wisata yang menawarkan wisata alam yang ada di Kota Padang. Mengingat banyaknya pilihan tempat wisata yang ada di Kota Padang Sumatera Barat membuat keberlangsungan wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Air Manis terus mengalami penurunan. Adapun Penurunan wisatawan lokal untuk berkunjung ke Pantai Air Manis sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Lokal Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang Tahun 2015-2019**

No.	Tahun	Pengunjung	Pertumbuhan +/.
1.	2015	14.067 orang	-
2.	2016	48.400 orang	344,06 %
3.	2017	66.137 orang	136,64 %
4.	2018	417.143 orang	630,72 %
5.	2019	232.943 orang	55,73 %

*Sumber: Jurnal Penelitian Kunjungan Wisata Pantai Air Manis Kota Padang*

Dari tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Air Manis pada tahun 2015 berjumlah 14.067 orang. Pada tahun 2016 naik menjadi 48.400 orang dengan pertumbuhan 344,06 %. Pada tahun 2017 naik menjadi 66.137 orang dengan pertumbuhan turun menjadi 136,64 %. Pada tahun 2018 naik menjadi 417.143 orang dengan pertumbuhan naik 630,72 %. Pada tahun 2019 turun menjadi 232.943 orang dengan pertumbuhan hanya 55,73%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat Keputusan Berkunjung wisatawan lokal belum optimal dan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Air Manis mengalami fluktuatif, hal ini disinyalir disebabkan oleh Promosi dan Kualitas Pelayanan yang dimediasi oleh Motivasi Pengunjung.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan [5] yang menyatakan bahwa Promosi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan melalui *Brand Image*. Penelitian yang dilakukan [6] yang menyatakan bahwa Desain Produk Dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian. Serta penelitian yang dilakukan [7] yang menyatakan bahwa Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan melalui *Brand Image*. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan [8] yang menyatakan bahwa Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image*. Penelitian yang dilakukan [9] yang menyatakan bahwa Kuantitas Pelayanan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek. Serta penelitian yang dilakukan [10] yang menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek. Serta hasil penelitian yang dilakukan [11] yang menyatakan bahwa penelitian Lokasi, Harga Dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Penelitian yang dilakukan [12] yang menyatakan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Serta penelitian yang dilakukan [13] yang menyatakan bahwa *Word of Mouth* Dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Lokal Pada Pantai Air Manis Di Kota Padang Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan kajian-kajian ilmu pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang kurang baik membuat kepuasan pengunjung berkurang.
2. Promosi yang kurang maksimal menyebabkan persaingan menjadi tinggi.
3. Lokasi yang kekurangan fasilitas umum menyebabkan kurangnya minat pengunjung.
4. Buruknya persepsi pengunjung menyebabkan pengunjung berpindah lokasi ke wisata lain.
5. Kurangnya kepuasan pengunjung menyebabkan pengunjung tidak berkunjung lagi.
6. Kurangnya petunjuk jalan sehingga pengunjung susah mencapai lokasi
7. Tingkat status sosial konsumen yang tinggi.
8. Faktor gaya hidup pribadi konsumen yang beragam.
9. Faktor psikologis konsumen yang tinggi dalam menentukan pilihan.
10. *Brand image* pengunjung terhadap pantai air manis yang kurang memotivasi.

## 1.3 Batasan Masalah

Agar terfokusnya penelitian ini maka penulis akan membatasi masalah ini dengan Promosi ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas, kemudian Keputusan Pengunjung ( $Y$ ) sebagai variabel yang terikat dan *Brand*

*Image (Z)* sebagai variabel mediasi pada Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap *Brand Image* Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang ?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Brand Image* Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang ?
3. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang ?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang ?
5. Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang ?
6. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang melalui *Brand Image* ?
7. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang melalui *Brand Image* ?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap *Brand Image* Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang.



2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Brand Image* Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang melalui *Brand Image*.
7. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengunjung Wisatawan Lokal Di Pantai Air Manis Kota Padang melalui *Brand Image*.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

#### **1. Bagi Objek Penelitian**

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi pemasaran juga sebagai bahan pertimbangan untuk pimpinan perusahaan wardah dalam melakukan pengambilan keputusan untuk tercapainya tujuan dari perusahaan.

#### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan serta sebagai bahan bacaan yang bermanfaat selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian

dalam bidang yang sama.

### 3. Bagi Penulis

Sebagai implementasi ilmu Manajemen Pemasaran yang telah penulis dapatkan selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.