

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini industri pariwisata Indonesia semakin berkembang dari waktu ke waktu. Ini ada hubungannya dengan kehidupan manusia yang penuh rasa ingin tahu tentang segala hal. Baik dalam bentuk pariwisata maupun dalam segala aspek kehidupan dan lingkungan terjadi di berbagai bidang. Rasa ingin tahu ini dapat menambah berbagai macam informasi dan pengetahuan. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor pendukung perkembangan kegiatan pariwisata sebagai industri penting, dan berbagai fasilitas disiapkan untuk memenuhi keingintahuan masyarakat akan informasi dan pengetahuan. Berbagai upaya dapat dilakukan untuk pengembangan pariwisata, antara lain memberikan promosi, mengembangkan kawasan wisata, dan menemukan produk baru. Keadaan ini akan menjadi indikator penentu bagi industri pariwisata untuk meningkatkan inovasi industri pariwisata dan kualitas fasilitas di tempat pemandian tersebut, serta menarik minat banyak pelanggan terhadap pemandian tersebut. Oleh karena itu, hal ini akan mengancam para pengusaha di industri pariwisata, bukan masyarakat umum yang terus berjualan di industri tersebut.

Industri pariwisata di bidang ini akan berlomba-lomba berusaha memberikan inovasi yang terbaik dan bermutu tinggi agar permintaan tempat wisata tetap besar dan digemari oleh wisatawan. Harapannya, kepuasan dan loyalitas pengunjung bisa terbangun di venue. Dengan berkembangnya kreativitas

manusia dan kemampuan inovasi maka pembuatan dan pengembangan atau pengolahan tempat wisata menjadi semenarik mungkin sehingga membuat masyarakat tertarik dengan tempat wisata tersebut.

Oleh karena itu disinilah tempat dimana pengelola Pemandian Lembah Anai berusaha untuk lebih berkreasi dan menata pemandiannya agar menarik, sehingga banyak orang yang tertarik dan ingin mengunjungi pemandian lembah anai, karena di pemandian ini memang ada pemandiannya. nyaman, Kepuasan, fasilitas, harga dan image tentunya penting. Di era sekarang ini, banyak orang keluar dan bersantai setelah selesai kerja, di salah satu pemandiannya, mereka bisa berenang setelah pulang kerja dan menikmati pemandangan yang indah, melepaskan semua kekhawatiran mereka. Pemandian Malibo Anai juga menyediakan tempat atau tempat hiburan baru, tidak hanya menyediakan pemandian, pengelola pemandian Malibo Anai juga menyediakan pilihan perjalanan lain, antara lain lapangan golf, taman bermain anak, kafe / restoran dan Puncak Anai. Dari sekian banyak pilihan yang ada di Pemandian Malibo Anai, Puncak Anai merupakan salah satu pilihan yang paling diminati para wisatawan, karena di Puncak Anai pengunjung dapat menikmati pemandangan yang sangat indah dari atas Gunung Anai. Ketinggian Puncak Anai sangatlah tinggi, karena melalui ketinggian kita dapat melihat pantai yang ada di Padang Pariaman yaitu Pantai Pariaman, oleh karena itu banyak wisatawan yang suka dan datang ke Pemandian Malibo Anai, karena Pemandian Malibo Anai tidak hanya memberikan keindahan, keindahan dan keindahan. Pemandian pemandangan

alam, namun juga memberikan pilihan lain bagi wisatawan yang ingin bersantai keindahan alam yang indah.

Pemandian Malibo Anai ini sangat cocok dijadikan pilihan untuk travelling atau mencari tempat yang sejuk dan santai, dan kita tidak perlu khawatir dengan air yang digunakan di kolam ini, karena air yang digunakan di kolam pemandian Malibo Anai bersifat langsung. air dari mata air asli pegunungan. Disini air akan terus berubah dan mengalir tanpa harus menguras air. Air yang langsung turun dari puncak gunung akan terus mengalir ke kolam yang paling bawah, sehingga air akan mengalir ke terus ke kolam. Airnya sangat sejuk dan segar, sangat cocok untuk menghilangkan penat dan stress dan air nya tidak menggunakan kaporit sehingga sangat baik untuk kesehatan, manajemen Harga yang diberikan sangat murah, dan untuk kelas bawah, bahkan kelas dasar, dan kelas atas, itu terjangkau bagi siswa sekolah dan SMA untuk masuk ke Pemandian Malibo Anai karena harganya yang sangat terjangkau. Dibandingkan tempat pemandian lainnya seperti Megamendung, Mifan dimana harga yang diberikan oleh Malibo Anai sangat murah Cuma dengan harga 10.000 sampai 20.000 kita sudah bisa mandi sepuasnya jika dibandingkan dengan harga di Megamendung memang harga nya sering berubah dengan melihat situasi kondisi ramai atau tidaknya pengunjung bahkan jika lagi rame harga bisa menjadi 40.000/mobil itu juga di karenakan lokasinya yg berda di pinggir jalan, sedangkan di MIFAN harga yang ditentukan juga sesuai kondisi dan situasi pengunjung oleh karena itu harga nya tida stabil sama dengan megamendung jika pengunjung lagi melonjak harga bahkan bisa sampai 50.000-60.000/orang. Beberapa perusahaan perjalanan yang

bersaing dengan Pemandian Lembah Anai antara lain Mifan, Mega Mendung, , dan semuanya memiliki pemandian serupa, seperti Pemandian Malibo Anai.

Bertambahnya jumlah pemandian berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor penyebabnya adalah persaingan harga dan banyaknya alternatif objek atau destinasi wisata. Hal ini memungkinkan wisatawan untuk lebih selektif dan mampu memilih dengan cara sendiri berdasarkan harga yang ditawarkan. Melihat keadaan tersebut, pengelola Malibo Anai harus mampu menciptakan kepuasan pengunjung guna meningkatkan loyalitas pengunjung, sehingga membentuk citra destinasi tempat tersebut.

Menurut (Gifrin, 2005 dan Sangaji, Sopi, 2013:104 dalam Murwatiningsih dan Amalia Ilda 2016) menyatakan “ *loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision unit.*” Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. (Murwatiningsih & Amalia Ilda, 2016).

Kemudian Menurut (Tjiptono, 2011 dalam Yulianingsih Aisyah Tri & Hidayat Imam, 2018) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut (Kotler dan Armstrong, 2011 dalam Aisyah Tri & Muhammad Imam, 2018) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk

memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa(Yulianingsih Aisyah Tri & Hidayat Imam, 2018).

Menurut (Kotler, 2002:45 dalam Listiawati Indri Hastuti, 2019) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal. Fasilitas dapat berupa bangunan yang timbul karena adanya daya tarik utama yang merupakan fasilitas primer. Fasilitas timbul karena adanya daya tarik antara lain fasilitas pengunjung. Fasilitas pengunjung adalah bangunan di luar fasilitas primer yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama masih berada di lokasi wisata(Listyawati Indri Hastuti, 2019).

Menurut (Qu et al , 2010 dalam Listiawati Indri Hastuti, 2019) menjekaskan bahwa citra destinasi adalah gambaran yang diberikan oleh tempat wisata yang dapat memberikan dampak bagi minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke objek wisata tersebut(Listyawati Indri Hastuti, 2019).

Menurut (Tjiptono & Chandra (2011:292 dalam Afifah et.al, 2017)kata kepuasan bersal dari bahasa latin “facio” (melakukan atau membuat). Jadi dapat disimpulkan kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan sendiri merupakan gambaran ataupun perasaan seseorang atau pelanggan akan membuahkan makna yang baik yaitu pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau mengunjungi kembali(Afifah, Erma, & Kusumo, 2017).

Setiap industri objek wisata membutuhkan kepuasan untuk mengukur keberhasilan manajemen pemasaran yang dilakukan oleh industri pariwisata. Dengan ketatnya persaingan tempat pemandian wisata dan terus berkembangnya inovasi dan fasilitas pariwisata, mendorong pelaku industri pariwisata untuk lebih fokus pada upaya mereka untuk terus menarik pelanggan melalui harga, fasilitas dan citra destinasi sebagai strategi pemasaran.

Harga fasilitas dan citra destinasi akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengunjung. Perusahaan akan menciptakan kesan positif atau citra destinasi yang berarti membangun kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang disediakan, karena dapat memanfaatkan peluang yang efektif dan efisien. Semakin besar gambar target yang tertanam di benak pelanggan, maka pelanggan akan terus mengunjungi lokasi tersebut. Objek wisata Pemandian Malibo Anai merupakan salah satu daya tarik yang menerapkan manajemen pemasaran (dirancang untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan loyalitas wisatawan).

Perkembangan pariwisata di Indonesia didukung oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 yang mengatur bahwa keberadaan pariwisata di daerah akan sangat menguntungkan, antara lain peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), peningkatan taraf hidup masyarakat, dan perluasan lapangan kerja. Provinsi Sumatera Barat memiliki potensi besar dan telah lama dianggap sebagai tujuan wisata andalan. Malibo Anai merupakan salah satu tempat wisata alam, dan Malibo Anai merupakan tempat pemandian air panas yang berada di dalam kawasan hutan buatan. Tempat wisata ini memiliki cagar alam yang indah,

sumber airnya berasal langsung dari kaki Gunung Tandikek, memberikan suasana mandi air dingin yang alami dan Air yang digunakan tidak menggunakan kaporit sehingga aman sekalai untuk balita dan anak-anak mandi. Di tempat ini pengunjung dapat menikmati pemandangan alam yang indah dan air kolam renang yang jernih disertai dengan suara air terjun yang unik, sehingga masyarakat yang berada di area tersebut merasa nyaman dan tenang. Terdapat 6 kolam renang, di depan, 1 untuk anak-anak / balita, 4 untuk remaja, dan 1 untuk dewasa. Obyek wisata Pemandian Malibo Anai didukung dengan fasilitas pendukung seperti akomodasi, restoran, toko souvenir, fasilitas pintu keluar dan fasilitas penunjang serta memiliki tempat parkir yang luas, akses jalan masuk menggunakan dua jaur sehingga mempermudah jalan tanpa macet.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pengelola Pemandian Malibo Anai ditemukan bahwa jumlah wisatawan yang menuju ke tempat wisata Malibo Anai tidak stabil. Oleh karena itu, perlu dikembangkan lebih lanjut dan pengelolaan yang baik terhadap objek-objek wisata di Kabupaten Padang Pariaman untuk terciptanya destinasi / daya tarik wisata. Obyek wisata Malibo Anai (Tirta Alami) dikelola oleh PT. Andalas Anai Permai Internasional memiliki sistem pengelolaan fasilitas objek wisata yang terkelola dengan baik, dan dapat disimpulkan bahwa minat wisatawan yang berkunjung ke objek pemandian Lemabah Anai belum optimal, yang mungkin disebabkan oleh citra fasilitas destinasi dan harganya. Dampaknya disediakan Jumlah kunjungan ke Pemandian Malibo Anai Jumlah wisatawan yang diincar pariwisata Total tahun domestik

Sumber: PT Andalas Anai Permai Internasional (2015), lokasi wisata yang

dilengkapi fasilitas berbasis motivasi wisatawan tentunya menjadi faktor yang menarik (pull factor) Dan akan mempengaruhi perkembangan kawasan wisata. Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah fasilitas utama dan fasilitas penunjang.

Kedua fasilitas ini menjadi syarat penting bagi suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata. Fasilitas wisata dibagi menjadi empat jenis fasilitas: fasilitas akomodasi, fasilitas restoran, fasilitas perbelanjaan dan fasilitas kawasan wisata. Menurut pantauan , fasilitas tempat pemandian alam tirta masih perlu ditingkatkan dalam hal pengelolaan fasilitas agar wisatawan merasa nyaman. Dilihat dari jenis fasilitasnya, objek Pemandian Malibo Anai perlu dikelola, seperti fasilitas restoran yang merupakan fasilitas yang sangat penting bagi wisatawan. Fasilitas restoran di sekitar kawasan wisata Malibo Anai belum tertata sehingga penataan fasilitas tersebut dinilai kurang optimal. Fasilitas restoran yang ada masih dikelola oleh masyarakat sekitar yang mengakibatkan kurangnya pengawasan oleh pihak pengelola tempat wisata.

Hal ini terlihat dari pengamatan para peneliti bahwa dibangun restoran yang dikelola komunitas di pinggir jalan raya. Bangunan fasilitas restoran yang dikelola masyarakat di sekitar lokasi Pemandian Malibo Anai belum dibangun secara permanen. Dikarenakan pengelolaan fasilitas restoran Malibo Anai, organisasi pengelolanya kurang baik. Hal tersebut menyebabkan orientasi fasilitas hotel tidak tepat, sehingga menjamin keamanan dan pengawasan fasilitas hotel di sekitar objek wisata Untuk kenyamanan wisatawan, perlu menyebutkan pemandian tirta yang alami.



Objek Wisata Malibo Anai sudah memiliki fasilitas belanja seperti cafe, mini market, dan warung-warung kecil yang sebagian besar masih dikelola masyarakat di sekitar, sehingga pengelolaan fasilitas belanja yang ada di sekitar objek wisata Pemandian Malibo Anai perlu pengawasan dari pihak pengelola objek wisata Pemandian Malibo Anai. Fasilitas belanja yang berada di sekitar objek wisata belum memberikan kenyamanan bagi pengunjung, hal ini karena fasilitas belanja belum terorganisasidengan baik sehingga pengamanan dan pengawasan fasilitas ini belum memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung, hal ini terlihat dari observasi yang dilakukan peneliti dimana sarana belanja yang dimiliki objek wisata Pemandian Malibo Anai belum tertata dengan baik. Karena sebagian besar fasilitas perbelanjaan di Pemandian Malibo Anai dikelola oleh masyarakat, belum ada rencana yang jelas kedepannya untuk fasilitas perbelanjaan di Pemandian Malibo Anai. Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap fasilitas pertokoan di Pemandian Malibo Anai, peneliti menemukan bahwa atap fasilitas pertokoan milik Pemandian Malibo Anai telah bocor yang terlihat dari hujan sebelumnya. Di dinding dan lantai fasilitas perbelanjaan. Selain itu, peneliti menilai fasilitas pertokoan milik Pemandian Malibo Anai sudah lama tidak dicat, hal ini terlihat dari dinding fasilitas pertokoan yang terlihat kusam dan berlumut.

Fasilitas tempat wisata yang diberikan pengelola objek wisata berbeda dengan yang diharapkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan 4 (empat) orang wisatawan dari tempat wisata Malibo Anai ditemukan bahwa jarak antar lokasi tempat wisata terlalu jauh dari jalan raya, sehingga wisatawan membutuhkan lalu

lintas yang cukup, sehingga wisatawan yang bisa Drive tidak dapat mengunjungi tempat-tempat wisata ini. Selain itu wisatawan juga mengungkapkan bahwa lokasi tempat ibadah yang ada di resort Malibo Anai masih perlu dikelola dari pengelolaan objek wisata Malibo Anai, begitu juga dengan pihak pengelola Malibo Anai yang mempertimbangkan tempat wisata berupa kamar mandi dan toilet. Oleh karena itu, pengembangan dan pengelolaan fasilitas tempat wisata Malibo Anai diharapkan dapat berjalan dengan baik yang saat ini terkesan belum seperti pengelolaan fasilitas yang terbaik. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada subjek Pemandian Malibo Anai terlihat bahwa baskom air pada WC umum tidak penuh. Setelah peneliti melakukan pengecekan ternyata air pada kran tidak mengalir.

Pengamatan peneliti selanjutnya adalah melihat kolam renang yang merupakan salah satu fasilitas lokasi wisata. Kolam renang milik Pemandian Malibo Anai ini dibatasi oleh batu alam dan berbahan dasar kerikil, sehingga dinding dan lantai kolam renang tertutup lumut. Hal tersebut terlihat dari minimnya pengawasan oleh pengelola fasilitas wisata. Tujuan keseluruhan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan pengelolaan fasilitas wisata di Kecamatan Pemandian Malibo Anai Kabupaten Padang Pariaman dari tiga aspek yaitu perencanaan, pengorganisasian, pembinaan dan pengawasan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pengelola Pemandian Malibo Anai ditemukan bahwa jumlah wisatawan yang menuju ke tempat wisata Malibo Anai tidak stabil. Oleh karena itu tempat wisata yang ada di Padang

Pariaman harus lebih dikembangkan dan dikelola dengan baik untuk menciptakan destinasi / daya tarik wisata bagi wisatawan.

Obyek wisata Malibo Anai (Tirta Alami) dikelola oleh PT. Andalas Anai Permai Internasional memiliki sistem manajemen yang dapat mengelola fasilitas tempat wisata dengan baik. Tabel berikut daftar jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata Pemandian Malibo Anai:

**Tabel 1.1**  
**Data Survei Awal Pemandian Malibo Anai**  
**Di Kayutnama Padang Pariaman**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya akan mengunjungi kembali Pemandian Malibo Anai	0	0	0	17	13
2.	Pemandian Malibo Anai memiliki keamanan yang baik	0	0	0	21	7
3.	Malibo Anai Tempat yang nyaman untuk di kunjungi	0	0	0	23	7
4.	Tempat pemandian Malibo Anai yang layak di kunjungi dibandingkan tempat lainnya	0	4	4	17	5
5.	Saya akan merekomendasikan Pemandian Malibo Anai ke orang lain	0	0	5	18	7
<b>Tota Jawaban Responden</b>		<b>0</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>96</b>	<b>39</b>

*Sumber: Survey Awal*

Berdasarkan table 1.1 dapat dijelaskan bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) untuk loyalitas pengunjung Pemandian Malibo Anai total jawaban responden sebanyak 0, responden yang memilih tidak setuju (TS)

untuk loyalitas pengunjung Pemandian Malibo Anai total jawaban responden sebanyak 4, responden yang memilih netral (N) untuk loyalitas pengunjung Pemandian Malibo Anai total jawaban responden sebanyak 11, responden yang memilih setuju (S) untuk loyalitas pengunjung Pemandian Malibo Anai total jawaban responden sebanyak 96, responden yang memilih sangat setuju (SS) untuk loyalitas pengunjung Pemandian Malibo Anai total jawaban responden sebanyak 39. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas pengunjung terhadap Pemandian Malibo Anai sangat tinggi.

Sebagai perbandingan untuk data survey awal maka penulis membandingkan loyalitas pengunjung Pemandian Malibo Anai dengan Pemandian MIFAN yang merupakan pemandian dekat dengan pemandian Malibo Anai.

**Table 1.2**  
**Data Survei Awal Pemandian MIFAN (Minang Fantasi) Padang Pariaman**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya akan mengunjungi kembali Pemandian MIFAN	0	0	15	17	5
2.	Pemandian MIFAN memiliki keamanan yang baik	0	0	11	12	7
3.	MIFAN Tempat yang nyaman untuk di kunjungi	0	0	2	18	5
4.	Tempat pemandian MIFAN yang layak di kunjungi dibandingkan tempat lainnya	0	0	2	19	8
5.	Saya akan merekomendasikan Pemandian MIFAN ke orang lain	0	0	2	18	9

	<b>Tota Jawaban Responden</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>84</b>	<b>34</b>
--	-------------------------------	----------	----------	-----------	-----------	-----------

*Sumber: Survey Awal*

Berdasarkan table 1.2 dapat dijelaskan bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) untuk loyalitas pengunjung Pemandian MIFAN total jawaban responden sebanyak 0, responden yang memilih tidak setuju (TS) untuk loyalitas pengunjung Pemandian MIFAN total jawaban responden sebanyak 0, responden yang memilih netral (N) untuk loyalitas pengunjung Pemandian MIFAN total jawaban responden sebanyak 32, responden yang memilih setuju (S) untuk loyalitas pengunjung Pemandian MIFAN total jawaban responden sebanyak 84, responden yang memilih sangat setuju (SS) untuk loyalitas pengunjung Pemandian MIFAN total jawaban responden sebanyak 34. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas pengunjung Pemandian MIFAN masih rendah.

Sebagai perbandingan untuk data survey awal maka penulis membandingkan loyalitas pengunjung Pemandian Malibo Anai dengan Pemandian Megamendung.

**Table 1.3**  
**Data survei awal Pemandian Mega Mendung di Padang Pariaman**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya akan mengunjungi kembali Pemandian Mega Mendung	0	7	15	15	0
2.	Pemandian Mega Mendung memiliki keamanan yang baik	0	9	11	10	0

3.	Mega Mendung Tempat yang nyaman untuk di kunjungi	0	7	18	0	0
4.	Tempat pemandian Mega Mendung yang layak di kunjungi dibandingkan tempat lainnya	0	12	15	1	1
5.	Saya akan merekomendasikan Pemandian Mega Mendung ke orang lain	0	0	5	20	4
	<b>Tota Jawaban Responden</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>64</b>	<b>46</b>	<b>5</b>

*Sumber: Survey Awal*

Berdasarkan table 1.2 dapat dijelaskan bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) untuk loyalitas pengunjung Pemandian Mega Mendung total jawaban responden sebanyak 0, responden yang memilih tidak setuju (TS) untuk loyalitas pengunjung Pemandian Mega Mendung total jawaban responden sebanyak 35, responden yang memilih netral (N) untuk loyalitas pengunjung Pemandian Mega Mendung total jawaban responden sebanyak 64, responden yang memilih setuju (S) untuk loyalitas pengunjung Pemandian Mega Mendung total jawaban responden sebanyak 46, responden yang memilih sangat setuju (SS) untuk loyalitas pengunjung Pemandian Mega Mendung total jawaban responden sebanyak 5. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas pengunjung Pemandian MIFAN dan Pemandian Mega Mendung masih dibawah loyalitas Pemandian Malibo Anai , padahal dari segi fasilitas dan design yang dimiliki oleh MIFAN dan Mega Mendung pada survey awal responden yang memilih sangat setuju dan tidak setuju 0 responden. Berdasarkan data perbandingan yang telah disajikan terlihat bahwa loyalitas pengunjung untuk

pemandian Malibo Anai lebih tinggi dibandingkan dengan MIFAN dan Mega Mendung.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil sebuah penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Pengunjung Dengan Kepuasan Sebagai Variable Intervening Tempat Objek Wisata Pemandian Malibo Anai Di Daerah Kayutanam Padang Pariaman”**

## **1.2 Identifikasi masalah**

Berdasarkan kajian – kajian ilmu pemasaran banyak factor – factor yang mempengaruhi loyalitas pengunjung, maka dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Promosi yang kurang
2. Keragaman budaya konsumen dalam menentukan pilihan
3. Fasilitas yang kurang memadai
4. Upaya pengelolaan potensi wisata
5. Kualitas pelayanan
6. Faktor kreative dan inovasi wisata
7. Kenyaman pengunjung
8. Faktor psikologis konsumen yang tinggi dalam menentukan pilihan.
9. Faktor saran dan prasarana.
10. Harga yang mahal.

### **1.3 Batasan masalah**

Agar terfokus penelitian maka penulis akan membatasi masalah ini dengan Harga ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan Citra Destinasi ( $X_3$ ) sebagai variable bebas, kemudian Loyalitas Pengunjung ( $Y$ ) sebagai variable yang terkait dengan kepuasan ( $Z$ ) pada tempat pemandian Lembah Anai.

### **1.4 Rumusan masalah**

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

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
2. Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
3. Bagaimana pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
4. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
5. Bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
6. Bagaimana pengaruh Citra Destinasi terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
7. Bagaimana pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?



8. Bagaimana pengaruh Harga di intervening oleh Kepuasan terhadap Loyalitas pengunjung objek wisata pemandian Malibo Anai?
9. Bagaimana pengaruh Fasilitas di intervening oleh Kepuasan terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
10. Bagaimana pengaruh Citra Destinasi di intervening Kepuasan terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?

### **1.5. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Citra Destinasi terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?

8. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga di intervening oleh Kepuasan terhadap Loyalitas pengunjung objek wisata pemandian Malibo Anai?
9. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Fasilitas di intervening oleh Kepuasan terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?
10. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Citra Destinasi di intervening Kepuasan terhadap Loyalitas pengunjung pada objek wisata pemandian Malibo Anai?

#### **1.6. Manfaat penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan akan dapat diperoleh dengan melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi industry pemandian Malibo Anai  
Sebagai pertimbangan dalam pengembangan Pemasaran juga sebagai bahan pertimbangan untuk pimpinan pemandian Malibo Anai dalam melakukan kepuasan dan loyalitas pengunjung untuk tercapainya tujuan dari perusahaan.
2. Bagi akademik  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi ilmu pengetahuan yang datang dan dapat menjadi suatu sumber referensi bagi yang membutuhkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan pedoman untuk melakukan penelitian lanjutan selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama.

4. 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.