

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara. Pariwisata berasal dari dua kata, yakni *Pari* dan *Wisata*. Didalam kamus besar indonesia, Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang/sekelompok orang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan tujuan mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata mata untuk menikmati kegiatan rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Menurut Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan pasal 1 Ayat 3 menyatakan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah

menurut Pitana dalam (Putri, 2016), menyatakan bahwa definisi pariwisata yang dikemukakan mengandung beberapa unsur pokok, yaitu Adanya perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ketempat lain. Sedangkan Menurut **Muljadi (2016)**, mengungkapkan bahwa pariwisata adalah gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing atau keseluruhan hubungan perjalanan itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah. Sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Pengembangan Suatu tempat yang dijadikan daerah pariwisata diharapkan menjadi sumber dan potensi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain sehingga lapangan pekerjaan, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara, serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pembangunan berbagai potensi kepariwisataan nasional, dengan tetap memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi serta mutu lingkungan hidup. Citra yang terbentuk dari suatu obyek wisata merupakan suatu kombinasi dari faktor yang ada pada obyek wisata yang bersangkutan (cuaca, pemandangan alam, keamanan, kesehatan, dan sanitasi, yang keramah tamahan, dan sebagainya), di satu pihak dan informasi yang diterima untuk wisatawan dari berbagai sumber dari pihak lain atau dari fantasinya sendiri.

Pariwisata villa kayu putih merupakan objek destinasi wisata baru yang dibangun oleh pihak swasta. Bangunan tersebut pada awalnya dibangun untuk tempat penginapan. Namun seiring perkembangan waktu tempat tersebut kini

menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung untuk pergi ke objek pariwisata tersebut dikarenakan tidak hanya tempat penginapan tetapi villa tersebut juga menyediakan pemandangan yang menarik, sehingga banyak pengunjung yang tertarik hanya sekedar berkunjung untuk berfoto saja. wisata bangunan villa tersebut dapat dikunjungi di Kabupaten Solok, Alahan Panjang.

Desain Gedung yang unik menjadi daya tarik pengunjung lokal dari bermacam-macam daerah untuk datang berkunjung ke Alahan Panjang. Lokasi Gedung villa kayu putih sendiri yang terletak cukup jauh dari pusat keramaian tetapi menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung, karena disambut dengan hamparan hijau yang menyejukkan pandangan para pengunjung.

Pada hakikatnya tujuan utama dari setiap bisnis menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan tidak hanya fokus pada pencaharian pelanggan namun perusahaan juga harus memikirkan bagaimana pelanggan tetap loyal terhadap perusahaan sehingga diperlukan adanya tindakan yang real atau nyata sebagai bukti bahwa pelanggan benar-benar loyal terhadap perusahaan.

Table 1. 1

Hasil observasi tentang Minat Kunjungan Ulang Masyarakat Villa Kayu Putih Alahan Panjang

Pernyataan	Ya	Tidak
Jika saudara/i ingin melakukan kunjungan atau melakukan pembelian ulang saudara/i akan berkunjung ke Villa Kayu Putih Alahan Panjang?	12	18

Sumber: Data Primer Olahan Sendiri (2020)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa 12 orang yang ingin melakukan kunjungan ulang sedangkan sisanya 18 orang memilih untuk tidak untuk melakukan kembali kunjungan ulang karena menurut responden masih banyak tmpat wisata ataupun penginapan lin yang menawarkan spesifikasi yang sama namun dengan perbedaan harga yang jauh. Hasil observasi ini mengidentifikasi masih rendahnya minat beli ulang konsumen pada Villa Kayu Putih Alahan Panjang.

Minat Kunjungan Ulang didefinisikan sebagai minat beli kembali (purchase intention) yaitu keinginan yang kuat untuk membeli kembali (Nurlestari, 2016).

Menurut Putri (2016), factor yang mempengaruhi keputusan pembelian/berkunjung ulang ada tujuh faktor, yakni lingkungan fisik, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, referensi merek, kualitas produk, nilai yang dirasaka (*perceived value*), dan harga.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2016), menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat

keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kotler & Armstrong (2016), mendefinisikan bahwa: *“Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service”*.(harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa). Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (**Astuti, 2016**).

Kotler dan Armstrong (2015), mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai berikut: *“Customer satisfaction is the extent to which a product’s perceived performance matches a buyer’s expectations. If the product’s performance falls short of expectations the customer is dissatisfied. If performance matches expectations, the customer is satisfied. If performance exceeds expectations, the customer is highly satisfied or delighted”*.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan pada hari Selasa tanggal 1 Desember 2020 dengan beberapa pengunjung villa kayu putih Alahan Panjang yang berjumlah 50 orang menyatakan bahwa ada beberapa fenomena sebagai berikut:

Tabel 1.2
Observasi Awal

Pernyataan	Jumlah
Pengunjung yang baru sekali mengunjungi villa kayu putih Alahan Panjang	25
Pengunjung yang berulang kali mengunjungi villa kayu putih Alahan Panjang	15
Yang sedang mengunjungi Villa Kayu putih Alahan Panjang	10
Jumlah	50

Sumber: Data Diolah (2020)

Dari hasil wawancara awal yang dilakukan pada Selasa, 1 Desember 2020 tersebut dapat disimpulkan bahwa masih sedikitnya minat orang untuk terus berkunjung atau melakukan kunjungan ulang disinyalir disebabkan oleh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan pada villa kayu putih Alahan Panjang. Oleh karena itu, masih perlu adanya peningkatan pembelian ulang dengan memperhatikan variable-variable yang dapat mempengaruhinya

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Kunjungan Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Villa Kayu Putih Alahan Panjang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah sebagai berikut menurut **(Putri, 2016)** :

1. Lingkungan fisik yang kurang mendukung
2. Kepuasan pelanggan belum tercapai secara maksimal
3. Rendahnya kualitas pelayanan
4. Preferensi merek yang masih rendah
5. Kualitas peoduk masih jauh dari keinginan konsumen
6. Harga pelayanan yang tidak sesuai dengan nilai yang dirasakan
7. Penetapan harga yang terlalu tinggi

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas,agar penelitian tetap fokus pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka dalam penelitian ini penulis hanya membatasi penelitian pada kualitas pelayanan,harga terhadap minat Kunjungan ulang dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang.

1.4 Rumusan Masalah

Dari batasan masalah tersebut diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat kunjungan ulang pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang melalui kepuasan pelanggan ?
7. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat kunjungan ulang melalui kepuasan pelanggan?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengestimasi diantaranya sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang.
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang.
4. Pengaruh harga terhadap minat kunjungan ulang pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang.

5. Pengaruh kepuasan terhadap minat kunjungan ulang pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang.
6. Pengaruh harga melalui kepuasana pelanggan terhadap minat kunjungan ulang pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang.
7. Pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap minat kunjungan ulang pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang.

1.5.2 Manfaat

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang dihadapi dan dapat digunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi dan mengontrol kebijakan yang ditetapkan suatu perusahaan.

2. Bagi Akademik

Sebagaimana referensi bagi masyarakat umum dan sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pariwisata villa kayu putih Alahan Panjang (bagi pihak yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan wawasan serta referensi bagi peneliti selanjutnya serta secara teoritis diharapkan

dapat menjadi sambungan ilmiah untuk dunia pendidikan khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan penelitian ini digunakan sebagai bahan perbandingan, sebagai bahan pertimbangan, dan sebagai acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dengan metode dan objek yang berbeda dimasa yang akan datang.