

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Indonesia merupakan negara beraneka ragam suku dan budaya. Dengan beberapa pulau yang terbentang dari Sabang sampai Merauke, Indonesia juga terkenal akan keindahan alamnya sehingga banyak wisatawan luar negeri yang berkunjung ke Indonesia dengan bermaksud berwisata menikmati keindahan wisata yang ada di Indonesia, dengan kekayaan alam yang dimiliki tersebar luas di pulau-pulau Nusantara. Indonesia memiliki potensi di sektor industri pariwisata untuk dapat dikembangkan kedepannya.

Pariwisata adalah kegiatan rekreasi untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktivitas, pariwisata telah menjadi bagian penting dari kebutuhan dasar masyarakat maju dan sebagian kecil masyarakat berkembang. Perkembangan pariwisata telah dipicu dari perkembangan masyarakat yang ingin menikmati waktu luang dengan pendapatan yang diperoleh dan keinginan untuk keluar dari rutinitas melalui hal yang menyenangkan yang dapat dilakukan oleh masyarakat Nusantara maupun mancanegara. Saat ini sektor industri pariwisata sedang menjadi industri yang giat dikembangkan karena sektor ini dapat memberikan dampak sosial, ekonomi maupun dari konteks pelestarian dan pengelolaan lingkungan, sumber daya alam dan budaya. Sektor wisatawan juga memberikan sumbangan yang cukup besar dalam peningkatan ekonomi suatu daerah (Kementerian Pariwisata, 2016).

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml (dalam Lupiyoadi, 2006). *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2004). Menurut Tjiptono (2012) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Stanton (2010), pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat penjualan produk atau jasa lain. Pelayanan adalah merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan bagi konsumen, melalui kualitas pelayanan seorang konsumen dapat memberikan penilaian secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian. Kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa di kawasan wisata turut berperan dalam membentuk loyalitas wisatawan. Masyarakat banyak sekali yang menjadi wisatawan untuk mengisi waktu luang atau memang meluangkan waktu untuk berwisata dipusat wisata seperti destinasi wisata puncak rembangan. Selain didukung dengan adanya berbagai pilihan objek wisata yang ada, tentu saja aspek kualitas pelayanan kepada wisatawan juga perlu mendapat perhatian.

Dalam penelitian ini setidaknya terdapat lima dimensi *service Quality* untuk dapat meningkatkan kualitas layanan terdapat lima dimensi yaitu; *reability*(keandalan) *responsiveness*(Ketanggapan), *assurance*(jaminan dan kepastian), *empathy*(empati), dan *tangible*(berwujud). Hasil penelitian Hadiyati Ernani (2010) adalah Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan menunjukkan hasil penelitiannya bahwa variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*emphaty*), terbukti berpengaruh signifikan, baik secara simultan maupun secara parsial, terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang maka dapat dipastikan bahwa kualitas layanan atau *service quality* sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2016) kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen/pengunjung. Kualitas Pelayanan yang baik juga penting bagi sebuah destinasi karena dapat menimbulkan *positive image* sehingga wisatawan merasa senang dan puas saat berkunjung sehingga terjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang. Selain dari segi kualitas pelayanan tentu juga dari kelengkapan fasilitas juga diperhatikan Berikut adalah Fasilitas yang ada pada objek wisata puncak rembangan jember.

Tabel 1.1
FASILITAS WISATA PUNCAK REMBANGAN JEMBER

| NO | FASILITAS | JUMLAH |
|----|----------------------|-----------------------|
| 1 | Kolam Pemandian | 2 kolam pemandian |
| 2 | Kursi Santai | 5 unit |
| 3 | Wahana Bermain Anak | 7 unit |
| 4 | Tempat Olahraga | 1 Tempat olahraga |
| 5 | Kawasan Agro Wisata | 1 kawasan agro wisata |
| 6 | Penginapan/Home Stay | 27 kamar |
| 7 | Café | 1 cafe |
| 8 | Area Tempat Parkir | 1 area tempat parkir |
| 9 | Kamar Mandi | 4 kamar mandi |
| 10 | Restaurant | 1 restoran |

Sumber : Data Inventaris di wisata puncak rembangan tahun 2020

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat beberapa fasilitas yang ada pada destinasi wisata puncak rembangan jember. fasilitas merupakan sarana prasaran yang disediakan untuk memperlancar pelaksanaan usaha akan tetapi kondisi fasilitas yang ada di wisata puncak rembangan sudah mulai mengalami kekurangan seperti halnya fasilitas pada wahana bermain anak cat pada fasilitas wahana permainan sudah banyak yang mengelupas kemudian keadaan kamar mandi yang terkadang masih terdapat sampah tentu hal ini berdampak pada loyalitas pelanggan pada destinasi wisata puncak rembangan jember. Untuk tetap meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung pada destinasi wisata puncak rembangan jember hal yang perlu diperhatikan juga yaitu kelengkapan fasilitas yang terdapat di tempat wisata puncak rembangan. karena fasilitas merupakan suatu hal yang harus dilengkapi untuk melengkapi apa yang menjadi suatu kebutuhan pengunjung ditempat wisata. menurut (Kotler, 2009: 45) Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen Sedangkan menurut Lupioadi, (2008: 148) Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang, ruang tempat kerja.

menurut Daradjat (2012 : 230) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Subroto (2010 : 22) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Lebih luas lagi tentang pengertian Fasilitas (Suhaisimi Arikonto) berpendapat Fasilitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memudahkan, memperlancar pelaksanaan suatu usaha seperti halnya Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indri Hastuti Listyawati menunjukkan hasil penelitian bahwa Fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen sehingga hipotesis diterima . maka secara garis besar dapat diartikan bahwa kelengkapan fasilitas di tempat wisata sangat berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan

Selalu ada alasan untuk berwisata ke suatu daerah. Seperti ke salah satu kabupaten di Jawa Timur yang terletak di sebelah selatan yaitu Jember. Jember juga terkenal dengan beberapa destinasi objek wisata yang indah salah satu objek wisata yang juga sangat di minati oleh beberapa wisatawan yaitu destinasi wisata puncak rembangan , Rembangan terletak kurang lebih 12 kilometer (7,5 mi) di sebelah utara kota Jember, tepatnya di kaki gunung argopuro . Tempat ini berdiri di lahan seluas 13,45 hektare (33,2 ekar) di ketinggian 650 meter (2130 ft) di atas permukaan laut. Suhu rata-ratanya berkisar antara 18 °C (64 °F) dan 25 °C (77 °F). Secara administratif, Rembangan adalah bagian dari Desa Kemuning Lor, Kecamatan Arjasa, wisata ini dikelola oleh pemerintah Jember. dengan beberapa wahana yang ditawarkan objek wisata puncak rembangan maka akan menimbulkan rasa loyalitas dan rasa keinginan untuk kembali berkunjung pada destinasi wisata puncak rembangan sehingga pengunjung mempunyai cerita. cerita dan pengalaman dapat dikaitkan dengan *experience*.

Experience adalah ketika seorang pelanggan mendapatkan sensasi atau pengetahuan yang dihasilkan dari beberapa tingkat interaksi dengan berbagai elemen yang diciptakan oleh penyedia layanan. Sensasi atau pengetahuan yang didapat tersebut akan secara otomatis tersimpan dalam memori pelanggan. sedangkan menurut (Gupta dan Vajic dalam Nasermodeli,2012:129) *Experience* adalah kejadian yang dialami secara pribadi ketika merespon beberapa stimuli (seperti ketika diberikan usaha pemasaran sebelum dan setelah pembelian). Suatu pengalaman melibatkan keseluruhan kehidupan dan dapat ditanamkan dalam produk, digunakan untuk mempertinggi jasa, atau membuat pengalaman itu sendiri. dari Penelitian terdahulu setidaknya terdapat tiga

dimensi, yaitu *sensory experience*, *emotional experience*, dan *social experience*. pada penelitian yang dilakukan oleh Azhari dkk adalah penelitiannya Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan terdapat hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *Customer Experience* (X) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) karena memiliki nilai probabilitas 0,003 ($< 0,05$) yang berarti ada pengaruh yang signifikan. maka dapat dikatakan bahwa *experience* atau cerita pengalaman memiliki pengaruh terhadap loyalitas wisatawan. seorang wisatawan yang pernah berkunjung kepada suatu objek wisata pasti akan memiliki pengalaman dan cerita dalam benak wisatawan

Ukuran pertama mengacu perilaku pelanggan pada pengulangan untuk memperoleh atau membeli kembali barang / jasa yang pernah dinikmati. Sedangkan ukuran sikap mengacu pada sebuah intensitas untuk memperoleh kembali dan merekomendasikan kepada orang lain. Pelanggan yang loyal atau setia adalah orang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, serta memberikan informasi yang positif kepada pihak potensial lain dari mulut ke mulut. Loyalitas konsumen merupakan reaksi atau akibat dari terciptanya kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Sembiring, 2014). sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih. Kotler dan Keller (2010), menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau perusahaan. Loyalitas secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. loyalitas juga dapat diartikan minat berkunjung kembali ke suatu tempat yang pernah dikunjunginya dengan suka rela tanpa paksaan sedikit pun yang didasari dari keinginan dan benak dalam diri seorang pengunjung. Rasa ingin berkunjung kembali bisa dirasakan oleh seorang pelanggan apabila seorang pelanggan merasa puas atas apa yang diperolehnya tentu hal ini dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas yang baik kepada seorang pelanggan. Adapun *quisioner prasarvey* dalam penelitian ini yang dibagikan kepada beberapa wisatawan melalui *google form* guna mengetahui minat berkunjung kembali seorang wisatawan pada wisata puncak rembangan jember.

Tabel 1.2 Hasil kuisioner Pra-survey Mengenai *customer loyalty* pada destinasi wisata Rembangan Jember

| No | Pertanyaan | Jawaban % | |
|----|---|--------------------|--------------------------|
| | | Berkunjung kembali | Tidak berkunjung kembali |
| 1 | Penyediaan fasilitas yang lengkap sesuai dengan apa yang dibutuhkan pengunjung dan memotivasi pengunjung untuk berkunjung kembali | 36,7% | 63,3% |
| 2 | Spot wisata bernuansa alam dapat memotivasi pengunjung berkunjung kembali | 63,3% | 36,7% |
| 3 | Apakah pengunjung ingin berkunjung kembali dengan kualitas pelayanan yang diberikan | 40% | 60% |
| 4 | Wisata Rembangan memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik minat pengunjung | 43,3% | 56,7% |
| 5 | Saya merasa ingin merekomendasikan Wisata Rembangan kepada orang lain | 60% | 40% |

Sumber : Google form ,Pada 30 pengunjung wisatawan rembangan (2021)

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa beberapa indikator memiliki nilai yang rendah dan secara keseluruhan masih kurang mencapai nilai sempurna, Pada fenomena empirik tabel 1.2 diketahui bahwa pengunjung masih ada keluhan atau ketidakpuasan terhadap mutu layanan dan kelengkapan fasilitas yang diberikan dan dirasakan, maka hal itu akan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali, seperti yang ditunjukkan oleh tabel 1.2 dimana beberapa indikator menunjukkan bahwa minat berkunjung kembali masih rendah

Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung yang Berwisata di Objek Wisata Rembangan

| Tahun | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Pengunjung wisata puncak rembangan | 796 | 1284 | 1591 | 1843 | 1875 | 1915 |

(Sumber : Buku Data Pengunjung wisata puncak rembangan 2020)

Pada Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa setiap tahunnya destinasi wisata puncak rembangan mengalami tingkat kenaikan pengunjung walaupun di tahun 2020 sedang mengalami keadaan pandemi jumlah pengunjung masih meningkat walau tidak begitu signifikan dibanding tahun sebelumnya. hal ini terjadi karena objek wisata sempat tutup sementara. tentunya hal ini merupakan suatu pencapaian yang baik bagi pengelola wisata rembangan akan tetapi dengan meningkatnya pelanggan harus di imbangi dengan kualitas pelayanan yang baik serta kelengkapan fasilitas yang lengkap tentu hal ini juga dapat berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan untuk tetap berkunjung pada destinasi wisata puncak rembangan jember. Perkembangan wisatawan pada wisata puncak rembangan jember memiliki perkembangan yang lumayan dibandingkan tahun sebelumnya Hal ini tentu memberikan kontribusi besar pada pemerintah jember dan menjadikan kota jember dikenal dengan objek wisata yang menawarkan keindahan dan panorama alam yang ditawarkan salah satunya objek wisata puncak rembangan. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Analisis Service Quality, kelengkapan Fasilitas dan Experience Terhadap Customer loyalty Destinasi Wisata Puncak Rembangan Jember"**

1.2 Rumusan Masalah

Saat ini sektor industri pariwisata sedang menjadi industri yang giat dikembangkan karena sektor ini dapat memberikan dampak sosial, ekonomi maupun dari konteks pelestarian dan pengelolaan lingkungan, sumber daya alam dan budaya. Sektor wisatawan juga memberikan sumbangan yang cukup besar dalam peningkatan ekonomi suatu Daerah . Salah satunya di Jember yang sedang mengembangkan beberapa destinasi wisata

Berdasarkan latar belakang diatas maka dari itu saya dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Service Quality* Berpengaruh Positif Terhadap *Customer Loyalty* Wisata Puncak Rembangan Jember ?

2. Apakah Kelengkapan Fasilitas Berpengaruh Positif Terhadap *Customer Loyalty* Wisata Puncak Rembangan Jember ?
3. Apakah *Experience* Berpengaruh Positif Terhadap *Customer Loyalty* Wisata Puncak Rembangan Jember ?
4. Apakah *Service Quality*, Kelengkapan Fasilitas Dan *Experience* Berpengaruh Positif Terhadap *Customer Loyalty* Wisata Puncak Rembangan Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Pagaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Wisata Puncak Rembangan Jember
2. Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Pagaruh Kelengkapan Fasilitas Terhadap *Customer Loyalty* Wisata Puncak Rembangan Jember.
3. Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Pagaruh *Experience* Terhadap *Customer Loyalty* Wisata Puncak Rembangan Jember
4. Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Pagaruh *Service Quality* Kelengkapan Fasilitas dan *Experience* Terhadap *Customer Loyalty* Wisata Puncak Rembangan Jember

1.4 Manfaat penelitian

1. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan untuk pengelola wisata puncak rembangan Jember untuk mengembangkan potensi wisata Puncak rembangan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pemahaman bagi setiap akademisi yang membaca tentang bagaimana wisatawan memiliki loyalitas untuk berwisata di puncak Rembangan .
3. Sebagai salah satu sumbangan pemikiran yang akan berguna bagi pihak pihak yang membutuhkan