

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Membicarakan tentang pariwisata dewasa ini kita mengetahui bahwa pariwisata sekarang sudah menjadi salah satu dari sektor bisnis yang menjanjikan, selain memberikan penghasilan yang besar pada devisa negara pariwisata juga memberikan sumbangan besar dalam menjaga dan melestarikan budaya yang ada di negara kita tercinta Indonesia ini, pariwisata identik dengan kunjungan ke objek-objek wisata yang ada tempat rekreasi, kuliner, berkunjung ke laut, gunung, pemandian air panas, kebun binatang, tempat-tempat bersejarah, dan yang lainnya, namun pariwisata tidak hanya sekedar berjalan-jalan bersenang-senang pariwisata sekarang telah menjadi bisnis kompleks yang sangat menggiurkan dan lebih tertata dalam mencapai tujuan suatu bisnis yaitu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan mendapatkan uang yang sangat banyak tentunya, kita tidak membicarakan dalam hitungan jutaan tapi milyaran bahkan triliunan.

Pariwisata menurut para ahli Koen, (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya, Kodyat, (2009) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasiaan dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Berdasarkan UU No 10 Tahun 2009, wisata adalah perjalanan orang ke suatu tujuan yang dilakukan seseorang atau kelompok. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan kepariwisataan yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan Pemerintah Daerah.

Sebagai negara yang memiliki beraneka ragam suku dan budaya, Indonesia sangat kaya akan kebudayaan daerahnya. Baik itu dari segi adat istiadat maupun tradisi kebudayaan. Selain daya tarik yang dapat dipersembahkan oleh keunikan kebudayaan tersebut, Indonesia adalah negara yang kaya dengan memiliki alam yang sangat indah. Kekayaan alam yang indah membuat bangsa Indonesia menjadikan suatu negara yang menyimpan potensi yang sangat besar dalam bidang kepariwisataan. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia memiliki banyak sekali pulau, dari pulau besar ke pulau kecil. Dengan keadaan geografis yang sangat beragam, maka Indonesia memiliki banyak tempat yang bisa dikunjungi sebagai tempat wisata, khususnya wisata alam. Keindahan alam Indonesia ini telah membuat Indonesia menjadi layak sebagai suatu tempat tujuan wisata di dunia Internasional.

Tujuan wisatawan di dunia yang ada di Indonesia salah satunya adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat merupakan sebuah provinsi di pesisir barat Sumatera yang memiliki keindahan alam yang sangat indah seperti pantai, danau, lembah, bukit, ngarai, peninggalan monument bersejarah dan banyak lagi. Sumatera Barat dengan keindahan alamnya yang berbagai macam memiliki objek wisata yang banyak salah satunya adalah Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi terkenal dengan objek wisatanya yaitu Jam Gadang yang merupakan landmark dari Kota Bukittinggi. Menara jam ini

memiliki jam dengan ukuran besar di empat sisinya sehingga dinamakan Jam Gadang, sebutan bahasa Minangkabau yang berarti "jam besar". Jam Gadang juga tidak jauh dari beberapa objek wisata lainnya yang ada di Kota Bukittinggi seperti Kinantan Zoo, Taman Panorama dan Lubang Jepang, Rumah Kelahiran Bung Hatta, Jembatan Limpapeh, dan Benteng Fort De Kock. Untuk mencapai lokasi beberapa objek wisata di Bukittinggi, para wisatawan dapat menggunakan jalur darat. Dari kota Padang ke Bukittinggi, perjalanan dapat ditempuh selama lebih kurang 2 jam perjalanan menggunakan angkutan umum. Setelah sampai di kota Bukittinggi, perjalanan bisa dilanjutkan dengan menggunakan angkutan kota ke lokasi Objek Wisata yang dituju.

Melihat dari banyaknya ragam objek-objek wisata yang ada di Kota Bukittinggi ini mempunyai daya tarik yang sangat besar, oleh karena itulah Bukittinggi juga dikenal sebagai Kota Wisata dan dijadikan kawasan yang sangat sentral bagi kehidupan masyarakat ini lebih dikembangkan dan dikemas menjadi suatu daerah tujuan objek wisata terkemuka di Indonesia terutama bagi Pemerintah Kota Bukittinggi yang masuk dalam proposal Visit Indonesia Years dari tahun ke tahun ini.

Selanjutnya jika dilihat berdasarkan kunjungan pengunjung Kebun Binatang Kinantan Bukittinggi. Periode September - Oktober 2018, dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1
Data Survei Awal Pada Pengunjung
Kebun Binatang Kinantan Bukittinggi

No	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
		ST S	TS	N	S	SS
1	Saya Berencana Mengunjungi Kembali Kebun Binatang Bukittinggi	1	4	9	12	4
2	Saya Puas Terhadap Referensi /Informasi Yang Di Berikan kebun Binatang Bukittinggi	3	4	7	10	6
3	Saya puas terhadap Preferensi/pilihan Yang Di Berikan Kebun Binatang Bukittinggi	2	8	5	16	4
4	Terjaganya Kelestarian alam Didalam Kebun Binatang Bukittinggi	2	3	9	13	3
5	Terjaganya Kebersihan lingkungan Kebun Binatang Bukittinggi	2	3	6	11	8
6	Kebun Binatang Bukittinggi Akrab dibenak Pengunjung	1	4	6	14	6
7	Terdapat Keunggulan Produk Terhadap Daya Tarik Kebun Binatang Bukittinggi	2	3	8	10	7
JUMLAH		13	29	50	86	38
PERSENTASE		13 %	29 %	50 %	86 %	38 %

Sumber :Kebun Binatang Kinantan Bukittinggi, 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa tingkat minat kunjung ulang pada kebun binatang kinantan Bukittinggi.yang memilih “sangat tidak setuju” ada 13 , yang ,memilih “tidak setuju” ada 29 , yang memilih “netral” ada 50, yang memilih “sangat setuju” ada 86 dan yang memilih “sangat setuju” ada 38 . dari ke tujuh item pernyataan yang ada pada quisioner dapat di simpulkan bahwa ada nya minat kunjung

ulang pengunjung karena banyak nya pengunjung yang memilih jawaban “setuju” dari ke tujuh pernyataan tersebut.

Minat kunjung ulang menurut shadily (1987) kata minat berasal dari bahasa Inggris interest perhatian, yaitu kecenderungan bertingkah laku yang terarah terhadap kegiatan objek kegiatan atau pengalaman tertentu. Minat mempunyai hubungan dengan intensionalitas, yaitu keterarahan dan pengarahan sebagai tanda penting bagi semua gejala hidup. Kecenderungan ini berbeda dalam intensitasnya pada setiap individu, pada penelitian ini teori minat beli ulang dapat digunakan sebagai referensi minat kunjung ulang kebun binatang, karena minat kunjung ulang kebun binatang sama dengan minat membeli ulang tiket masuk kebun binatang. Minat membeli merupakan dorongan konsumen untuk melakukan pembelian atau dorongan yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan pembelian ulang.

Nilai pelanggan adalah selisih antara harapan pelanggan atas semua manfaat dan biaya yang dikeluarkan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan Irawan, (2017). Pada umumnya pelanggan akan membeli produk pada perusahaan yang menawarkan nilai pelangganyang tinggi. Nilai pelanggan ini adalah selisih antara semua manfaat yang didapat dengan biayatawaran tertentu dan alternatif lain. Menurut kotler, (2012) Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah dengan memberikan nilai pelanggan yang tinggi, Perusahaan yang mampu menawarkan nilai pelanggan yang tinggi akan membuat pelanggan tersebut loyal. Pelanggan yang loyal inilah yang berpotensi untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut.

Daya tarik produk Fandy Tjiptono, (1997) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Mason (1999), menekankan pada karakteristik pada munculnya kategori produk yang akan mengakibatkan evaluasi pelanggan potensial pada kategori. Jika karakteristik menjadi lebih menarik untuk semua pelanggan, daya tarik pada kategori produk semakin bertambah untuk mereka, meningkatkan kemungkinan bilamana pelanggan akan mengadopsi pembaharuan dan melakukan pembelian.

Tjiptono,(2008) bahwa kualitas pelayanan adalah tingkatkeunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.Dengan adanya pelayanan yang baik akan membuat konsumen dapat memperoleh nilai atas apa yang mereka korbankan untuk mendapatkan sesuatu sesuai dengan yang mereka harapkan. Slywotzky (1996) menyatakan bahwa menciptakan dan memberikan nilai pelanggan superior kepada *high-value consumers* bisa meningkatkan sebuah organisasi.

Dan untuk memperkuat penelitian dapat di lihat dari penelitian sebelum nya yang di lakukan oleh suwarti dengan judul penelitian pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung wisatawan dengan objek pantai pantai cahaya lumba – lumba kendal menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung wisata pantai cahaya lumba-lumba Kendal.

Penelitian selanjutnya yang di lakukan oleh Kusniati (2016) dengan judul penelitian pengaruh kualitas jasa dan nilai pelanggan terhadap minat kunjungan ulang Pasien di poli umum di RSISA semarang menyimpulkan bahwa kualitas jasad dan nilai

pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Kepuasan pasien yang dapat dijelaskan oleh kualitas jasa dan nilai pelanggan sebesar 45,3%, sedangkan minat kunjungan ulang pasien yang dapat dijelaskan oleh kepuasan pasien sebesar 45,0%.

Penelitian yang dilakukan oleh Faradiba (2013) dengan judul penelitian analisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang menyimpulkan bahwa Semua hipotesis di dalam penelitian ini dapat diterima. Kelima variabel memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen. Yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah kualitas produk, kemudian diikuti lokasi, kualitas pelayanan dan harga.

Berdasarkan uraian di atas, maka hal inilah yang membuat penulis untuk membahas lebih jauh dengan memilih judul **“PENGARUH NILAI PELANGGAN, DAYA TARIK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG KEBUN BINATANG KINANTAN BUKITTINGGI”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh nilai pelanggan tarik terhadap minat kunjung ulang kebun binatang kinantan bukittinggi ?
2. Bagaimanakah pengaruh daya tarik terhadap minat kunjung ulang kebun binatang kinantan bukittinggi ?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjung ulang kebun binatang kinantan bukittinggi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan penelitian yang dikemukakan di atas maka tujuan penelitian adalah :

1. Menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap minat kunjung ulang kebun binatang kinantan bukittinggi.
2. Menganalisis pengaruh daya tarik terhadap minat kunjung ulang kebun binatang kinantan bukittinggi.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat kunjung ulang kebun binatang kinantan bukittinggi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut .:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan pemasaran pada umumnya dan perilaku pengunjung khususnya. Selain itu semoga penelitian berguna untuk penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan pengaruh nilai pelanggan, daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung kebun binatang .
2. Bagi penulis Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah bekal wawasan baik teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dengan realita yang ada.
3. Bagi pihak kebun binatang, penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan penjualan dan sebagai masukan untuk menganalisa pengaruh nilai pelanggan, daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung kebun binatang