

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang yang di dalamnya berisi fenomena yang menjadi topik pembahasan. Kemudian, penjelasan setiap variabel yang di gunakan dalam penelitian ini, serta menjelaskan hubungan antara variabel penelitian yang didapatkan di penelitian terhadulu dan teori. Dalam bab ini juga menjelaskan survei awal mengenai variabel dependen dengan objek penelitian, serta dalam bab ini akan menguraikan tentang rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

1.2 Latar Belakang

Pariwisata termasuk ke dalam suatu sektor kehidupan, yang menjadi peran penting dalam pembangunan perekonomian masyarakat, seperti yang kita lihat telah terjadi peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat di dunia yang semakin baik dan maju. Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian penting dari kebutuhan atau gaya hidup manusia yang menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal budaya dan alam ke kawasan-kawasan lainnya (Fajrin Andes Rahmat 2021).

Potensi wisata yang dapat dikembangkan sangat beragam mulai dari wisata bahari, wisata spiritual dan wisata alam lainnya. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas tersendiri dan memiliki keunikan ragam budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut. Sumatera barat dikaruniai panorama keindahan alam yang tinggi sehingga menjadikan daerah tersebut memiliki potensi yang sangat baik

untuk mengembangkan industri dibidang pariwisata. Pengembangan industri pariwisata merupakan solusi yang baik untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Sumatera Barat (Arum Sari and Najmudin 2021)

Dalam berwisata tentu kita ingin mendapatkan pengalaman yang positif terhadap tempat wisata yang kita kunjungi, yang mungkin mempengaruhi kita untuk mengunjunginya kembali di lain waktu. *Revisit intention* merupakan evaluasi yang dilakukan wisatawan mengenali pengalaman atau nilai yang dirasakan dan kepuasan secara keseluruhan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi dimasa mendatang (Asep nuryadi 20014). Pengalaman yang kita dapatkan saat berwisata sangat penting karna dari pengalaman akan menunjkan bagaimana wisata tersebut kedepanya. *Customer experience* didefinisikan sebagai pengalaman yang di peroleh konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai proses pelayanan, perusahaan, fasilitas dan bagaimana konsumen berinteraksi dengan perusahaan dan dengan konsumen lain (Walter, Edvardsson, and Ostrom 2010). *Destination image* merupakan gambaran pikiran, kepercayaan, perasaan dan persepsi terhadap suatu destinasi (Munandar and Onsardi 2021). *Service quality* merupakan peran penting harus diterapkan di setiap perusahaan, wisata, dan sebagainya. Karena pelayanan yang bagus dan cepat tanggap akan membuat konsumen merasa nyaman dan betah. (Fandy Tjiptono 2016) mendefinisikan *service quality* adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspetasi pelanggan.

Untuk mengungkapkan tentang *revisit intention* di objek wisata cinangkiak solok, maka dilakukan survey awal mengenai *revisit intention* di objek wisata

cinangkiak solok kepada 30 responden yang telah melakukan pengisian kuesioner, hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Fenomena *Revisit Intention* Di Objek Wisata Cinangkiak Solok

NO	Pernyataan	N	Setuju	Tidak Setuju	Presentase (%)	
					Setuju	Tidak Setuju
1	Adanya keinginan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Cinangkiak Solok	30	11	19	36,7	63,3
2	Saya ingin berkunjung ke objek wisata Cinangkiak Solok karena fasilitas yang ditawarkan lengkap	30	13	17	43,3	56,7
3	Pengunjung ingin berkunjung kembali ke objek wisata Cinangkiak Solok karena tempatnya selalu berinovasi dengan hal-hal baru	30	12	18	40	60
4	Adanya keinginan untuk merekomendasikan objek wisata Cinangkiak Solok kepada orang lain	30	13	17	43,3	56,7
5	Suasana di objek wisata Cinangkiak Solok membuat pengunjung rileks	30	14	16	46,7	53,3
6	Wahana di objek wisata Cinangkiak Solok membuat pengunjung merasa tertantang dan puas	30	11	19	36,7	63,3
Rata-rata					41,1	58,9

Sumber data: Arrahma Sulistyafani (2021)

Berdasarkan 1.1 tabel diatas menyatakan bahwa masih kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Cinangkiak Solok. Hal ini di tandai dengan beberapa item pertanyaan tabel di atas yaitu, dapat dilihat dari pernyataan pertama yang menunjukkan masih kurangnya keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Cinangkiak Solok karna rata-rata responden menjawab tidak setuju yaitu 63,3%. Pada pernyataan ke dua juga masih sama yaitu kurangnya keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali ke wisata Cinangkiak

Solok karena kurangnya fasilitas yang dirasakan wisatawan, karna jawaban responden berada pada persentase tidak setuju yaitu sebesar 56,7%. Pada pernyataan ke tiga dapat dilihat dari tabel bahwa masih kurangnya minat berkunjung kemabali ke objek wisata Cinangkiak Solok dengan jawaban respoden tidak setuju 60%. Pada item pernyataan yang ke empat juga masih kurangnya keinginan wisata untuk mengajak orang lain berkunjung kembali, dengan jawaban responden tidak setuju 56,7%. Pada item pernyataan ke lima wisatawan kurang meraskan suasana di objek wisata Cinangkiak Solok, yaitu responden menjawab tidak setuju 53,3%. Pada item pernyataan ke enam wisatawan masih belum merasa tertantang dan puas dengan wahana yang ada di objek wisata Cinangkiak Solok dengan jawaban responden tidak setuju sebanyak 63,3%.Hal ini dapat di interpretasikan bahwa masih rendah *revisit intention* pada wisata bukit Cinangkiak Solok ini. Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti *revisit intention* sebagai fokus penelitian.

Penelitian ini di dukung oleh teori dasar yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau teori perilaku terencana. Dan di dukung juga oleh penelitian terdahulu yaitu Peneliti yang meneliti tentang pengaruh *customer experience, destination image* dan *service quality relative* banyak seperti penelitian yang dilakukan oleh (Rompas, Saerang, and Tumewu 2019). Dimana variabel penelitiannya adalah *influence of destination image and customer experience to revisit intention at 'kai santi garden*. Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian (Rompas et al. 2019). Dengan menambahkan varabel *service quality* sebagai variabel yang mempengaruhi *revisit intention*. Penambahan variabel *service quality* ini di dukung

oleh penelitian (Rahmawati, Permadi, and Rinuastuti 2021). Yang menemukan bahwa *service quality* berpengaruh positif terhadap *revisit intention*.

Dengan demikian, dari uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian empiris dengan judul **“Pengaruh *Customer Experience*, *Destination Image* dan *Service Quality* Terhadap *Revisit Intention* Wisatawan Ke Objek Wisata Cinangkiak Solok”**.

1.3 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang ada maka akan dilakukan pengujian untuk variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *customer experience* berpengaruh terhadap *revisit intention* di objek wisata Cinangkiak Solok?
2. Apakah *destination image* berpengaruh terhadap *revisit intention* di objek wisata Cinangkiak Solok?
3. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *revisit intention* di objek wisata Cinangkiak Solok?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis:

1. Untuk membuktikan pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* di objek wisata Cinangkiak Solok.
2. Untuk membuktikan pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* di objek wisata Cinangkiak Solok.
3. Untuk membuktikan pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* di objek wisata Cinangkiak Solok.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi pihak-pihak terkait. Adapun manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah:

1. Praktis

Digunakan sebagai pedoman bagi pengambilan keputusan dalam organisasi tentang bagaimana cara meningkatkan dan memahami intensitas keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali ke objek wisata Cinangkiak Solok.

2. Teoritis

Peneliti harus memberikan kontribusi secara teoritis terutama dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi *revisit intention* objek wisata Cinangkiak Solok.

1.6 Kesimpulan

Pada bab ini dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya pengaruh variabel yang akan di teliti dengan *revesit intention* hal ini ditandai dengan beberapa tinjauan penelitian terdahulu dari masing-masing variabel yang akan diteliti. Sehingga munculnya permasalahan yang terjadi dalam objek yang akan diteliti. Hal ini dapat dilihat dari survey awal yang dilakukan oleh peneliti. Dari hasil survey awal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa masih kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Cinangkiak Solok.