

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan sektor yang potensial dalam menunjang suatu peningkatan perekonomian dalam suatu negara. Selain itu pariwisata jugamenjadi sektor penting dalam pembangunan karena disamping dapat menciptakan lapangan kerja dan pendapatan masyarakat, daerah dan negara juga dapat turut memperkenalkan seni budaya, serta keindahan alam Indonesia kepada wisatawan yang mengunjunginya.

Pengembangan industri pariwisata perlu didorong agar wisatawan tertarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal, yang sangat berpengaruh setiap perubahan yang terjadi bisa mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, wilayah/provinsi maupun daerah. Karena itu industri pariwisata harus dijaga terutama pada wilayah–wilayah tujuan wisata agar dijaga supaya aman, stabil dan nyaman bagi wisatawan. Rekreasi dan hiburan pada dasarnya merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting.

Meskipun rekreasi dan hiburan termasuk kebutuhan sekunder, namun kegiatan ini sangat membantu seseorang untuk melupakan masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehari–hari. Rutinitas harian yang padat membutuhkan

konsentrasi yang tinggi sehingga seseorang akan mudah jenuh dan membutuhkan rekreasi dan hiburan untuk dapat menyegarkan kembali jasmani dan rohani. Rekreasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk penyegaran kembali jasmani dan rohani.

Salah satu tempat rekreasi yang bisa anda kunjungi di Mojokerto yakni Pacet Mini Park atau yang sering di sebut PMP. Wisata Pacet Mini Park adalah salah satu tempat wisata di Pacet Mojokerto yang paling banyak di minati, karena menawarkan tempat yang jauh dari keramaian dan hiruk pikuk kota dengan udara yang sejuk, bersih dan tentunya menyenangkan. Pacet Mini Park merupakan wahana tempat bermain mulai dari anak-anak sampai dewasa dapat kita jumpai saat kita berada di wisata ini, Pacet Mini Park berada di jalur utama dari Surabaya-Krian-Mojosari-Pacet lokasi tepat berada di sebelah kanan menuju pusat Pacet ayau ke kawasan Pemandian air panas Padusan, jarak tempuh dari surabaya hanya sekitar 2 jam perjalanan.

Dalam upaya untuk mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Wisata Pacet Mini Parkada beberapa faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Wisata Pacet Mini Park, seperti : faktor daya tarik wisata faktor kualitas pelayanan dan Harga. Oleh karena itu penelitian tentang faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi Niat Berkunjung ulang ini sangatlah perlu dilakukan sebagai upaya mengoptimalkan pengelolaan Wisata Pacet Mini Park.

Daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan harga merupakan tiga faktor yang harus diperhatikan perusahaan. Niat berkunjung ulang akan tercapai jika perusahaan memperhatikan dan melakukan dengan baik ketiga faktor tersebut. Basiya dan Rozak

(2012) mendefinisikan niat berkunjung ulang adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu.

Ismayanti (2009 dalam Silvy Mandey, 2015), memaparkan bahwa, daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Spillane (1987, dalam Taskia dan Hayati, 2012), ada lima unsur daya tarik wisata dalam industri pariwisata yang sangat penting, yaitu: Attractions, Facilities yang diperlukan, Infrastructure, Transportations, Hospitality. harga juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan terutama dalam bentuk ritel.

Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata (Zaenuri, 2012). Daya tarik wisata dapat berupa objek wisata dan atraksi wisata. Objek wisata merupakan daya tarik wisata yang bersifat statis dan tangible serta tanpa perlu ada persiapan terlebih dahulu untuk menikmatinya. Atraksi wisata merupakan daya tarik wisata yang dapat dilihat lewat pertunjukan dan membutuhkan persiapan bahkan memerlukan pengorbanan untuk menikmatinya. Sementara itu Zaenuri (2012) berpendapat bahwa daya tarik wisata yang didukung dengan fasilitas juga dapat meningkatkan minat dan loyalitas wisatawan.

Kualitas pelayanan menurut (Kotler, 2008 Dalam Alfi Syahri Lubis 2017) adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain.

Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri.

Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan minat berkunjung ulang pengunjung, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut kemulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan dimata konsumen. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan agar dapat menciptakan kepuasan konsumen yang akan membentuk minat berkunjung ulang pengunjung.

Niat Berkunjung ulang dipengaruhi juga oleh harga. Menurut Kotler dan Keller (2009:120) mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang

dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Harga dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan bagi perusahaan, tetapi strategi harga bukanlah merupakan satu-satunya cara untuk mengatasi berbagai persoalan dalam perusahaan, namun setiap perusahaan hendaknya mempertimbangkan secara matang setiap keputusan dalam masalah harga. Perusahaan harus memberikan harga yang sesuai kepada pelanggan, murah atau mahal nya harga sangat relatif sifatnya. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga objek wisata serupa yang. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi.

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Konsumen akan membeli suatu produk yang sesuai dengan kemampuannya. Perusahaan harus mempertimbangkan hal ini, karena dalam persaingan harga yang ditawarkan pesaing bisa dengan harga yang lebih rendah dengan kualitas yang sama dan bisa dengan harga yang lebih tinggi. Untuk itu peranan harga sangat mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menjual produknya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Niat Berkunjung Ulang di Wisata Pacet Mini Park”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang tersebut Diatas maka rumusan masalah dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Apakah Variabel daya tarik wisata(X_1) Secara Parsial Berpengaruh terhadap variabel niat berkunjung ulang (Y) ?
2. Apakah Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) Secara Parsial Berpengaruh terhadap variabel niat berkunjung ulang(Y) ?
3. Apakah Variabel Persepsi Harga(X_3) Secara Parsial Berpengaruh terhadap variabel niat berkunjung ulang(Y) ?
4. Apakah Variabel daya tarik wisata(X_1), Kualitas Pelayanan(X_2) dan Harga (X_3) Secara Simultan Berpengaruh terhadap variabel niat berkunjung ulang(Y) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara lebih luas tujuan penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui pengaruh Variabel Daya Tarik Wisata(X_1) Terhadap Niat Berkunjung Ulang(Y).
2. Untuk mengetahui pengaruh Variabel Kualitas pelayanan(X_2) Terhadap Niat Berkunjung Ulang(Y)
3. Untuk mengetahui pengaruh Variabel harga(X_3) terhadap Niat berkunjung ulang(Y)
4. Untuk Mengetahui pengaruh Variabel Daya Tarik Wisata(X_1), Kualitas Pelayanan(X_2) dan Persepsi Harga(X_3) Terhadap Niat Berkunjung Ulang(Y).

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah wawasan dalam pengembangan Administrasi Bisnis khususnya di bidang Pemasaran Pariwisata.
2. Secara Praktis, Penelitian ini dapat memberikan Gambaran dan informasi yang berguna bagi industri pariwisata khususnya objek wisata Pacet Mini Park, Dalam mengembangkan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan Daya Tarik Wisata, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Niat Berkunjung Ulang