

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata mempunyai pengaruh yang cukup kuat bagi perkembangan wilayah daerah sekitar obyek wisata, karena dapat bertindak sebagai industri sektor utama, yaitu sektor unggulan yang mampu meningkatkan perekonomian daerah terutama bagi daerah otonomi baru. Agar tidak menjadi daerah yang tertinggal, dengan potensi daerah disekitar daerah tersebut, seharusnya dapat menjadi suatu batu loncatan untuk mengembangkan daerah tersebut dan meningkatkan pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata.

Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Konsumen yang merasa puas terhadap produk atau merek yang dikonsumsi atau dipakai akan membeli ulang produk tersebut. Dengan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen akan mengarah pada tingkat ketahanan konsumen yang lebih tinggi, sehingga mereka menjadi konsumen loyal. Loyalitas ini mengarah pada pembelian yang berulang, perkomendasi dan proporsi yang lebih meningkat. Loyalitas konsumen adalah dampak jangka panjang dari kepuasan pelanggan. Pada tingkat tertentu, kepuasan mampu membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan hasil dari persepsi terhadap kinerja dari nilai suatu produk atau layanan. Semakin tinggi

kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi pula loyalitas konsumen pada perusahaan.

Loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, bermaksud menyebarkan informasi yang positif ke orang lain. Loyalitas konsumen adalah seorang konsumen yang melalui periode yang panjang menyewa atau memperkerjakan suatu perusahaan untuk memuaskan segala macam kebutuhan mereka dengan produk-produk dan layanan-layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi ataupun faktor lainnya. Loyalitas konsumen merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan serta untuk tetap menjadi pelanggan perusahaan.

Konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku dibandingkan dengan sikap dan seseorang konsumen yang loyal akan memperhatikan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama.

Berdasarkan pra penelitian penulis bahwa konsumen pada wisata talang indah Pajarisuk kabupaten Pringsewu menunjukkan loyalitasnya dengan melakukan pembelian dalam jangka panjang. Konsumen yang loyal akan berlangganan kembali secara teratur dalam waktu yang lama. Berikut hasil wawancara dengan

10 pengunjung mengenai loyalitas konsumen yang berkunjung di wisata talang indah Pajarisuk.

Table 1. Loyalitas konsumen taman wisata talang indah Pajarisuk kabupaten Pringsewu

No	Nama	Frekuensi Kunjungan	Alasan
1	Yunita	Jarang	Fasilitasnya kurang
2	Fahrurozi	Sering	Dekat dengan rumah
3	Imam	Jarang	Kebersihan kurang
4	Anjar	Jarang	Tidak ada tempat ibadah
5	Asnawati	Jarang	Toilet kotor
6	Mila	Sering	Untuk swafoto bagus
7	Jenita	Jarang	Tempat parkir susah
8	Marni	Jarang	Fasilitasnya kurang
9	Yahya	Sering	Murah tiket masuk
10	Indah	Jarang	Fasilitasnya kurang

Sumber: taman wisata talang indah Pajarisuk kabupaten Pringsewu tahun 2018

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari 10 konsumen yang berkunjung di wisata talang indah Pajarisuk kabupaten Pringsewu hanya 3 orang yang sering berkunjung, sedangkan 7 lainnya jarang berkunjung dengan berbagai alasan.

Dalam kaitannya dengan destinasi wisata dan fasilitas wisata, loyalitas pengunjung tetap menjadi peran penting dari suksesnya pengembangan destinasi. Kepuasan wisatawan mendorong wisatawan untuk loyal terhadap destinasi wisata dengan melakukan kunjungan kembali dan bersedia untuk merekomendasikan destinasi wisata kepada orang lain. Loyalitas dijelaskan sebagai komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa

yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Sebelum terbentuknya citra proses pemilihan tempat wisata adalah fase terpenting. Salah satu contoh destinasi wisata yang menarik dan banyak dikunjungi di kabupaten pringsewu adalah wisata talang indah. Destinasi wisata di talang indah pajarisuk belum mampu menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung agar terciptanya kenyamanan dan kemudahan pengunjung dalam berwisata. Wisatawan sudah dimudahkan dengan akses jalan serta sarana transportasi untuk mencapai talang indah karena tempat yang sangat strategis, namun sarana tersebut belum mampu menumbuhkan sikap loyalitas konsumen. Sedangkan citra yang dipersepsikan setelah terjadinya kunjungan wisata juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan intensitas untuk melakukan kunjungan wisata kembali di masa yang akan datang. Tergantung pada kemampuan daerah tujuan wisata dalam menyediakan destinasi yang sesuai dengan kebutuhan dan citra yang wisatawan miliki.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada wisata talang indah Pajarisuk kabupaten Pringsewu tahun 2018?

2. Apakah fasilitas wisata berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada wisata talang indah Pajarisuk Kabupaten Pringsewu tahun 2018?
3. Apakah citra destinasi dan fasilitas wisata bersama-sama mempengaruhi loyalitas konsumen pada wisata talang indah Pajarisuk Kabupaten Pringsewu tahun 2018?

Berdasarkan uraian rumusan masalah, penulis tertarik mengambil judul sebagai berikut:

“PENGARUH CITRA DESTINASI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA WISATA TALANG INDAH PAJARISUK KABUPATEN PRINGSEWU TAHUN 2018”

C. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk membatasi agar penelitian tidak menyimpang dari permasalahan maka penulis member permasalahan sebagai berikut:

1. Objek penelitian
Citra destinasi, Fasilitas wisata dan Loyalitas konsumen
2. Subjek penelitian
Pengurus Wisata Talang Indah Pajarisuk Kabupaten Pringsewu
3. Waktu penelitian
Dilaksanakan pada tahun 2018
4. Tempat penelitian
Wisata Talang Indah Pajarisuk Kabupaten Pringsewu

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas konsumen pada wisata talang indah.
- b. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap loyalitas konsumen pada wisata talang indah.
- c. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi dan fasilitas wisata secara bersama-sama loyalitas kepuasan konsumen pada wisata talang indah.

2. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris mengenai citra destinasi, fasilitas wisata terhadap loyalitas konsumen.

b. Manfaat Secara Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai loyalitas konsumen.