

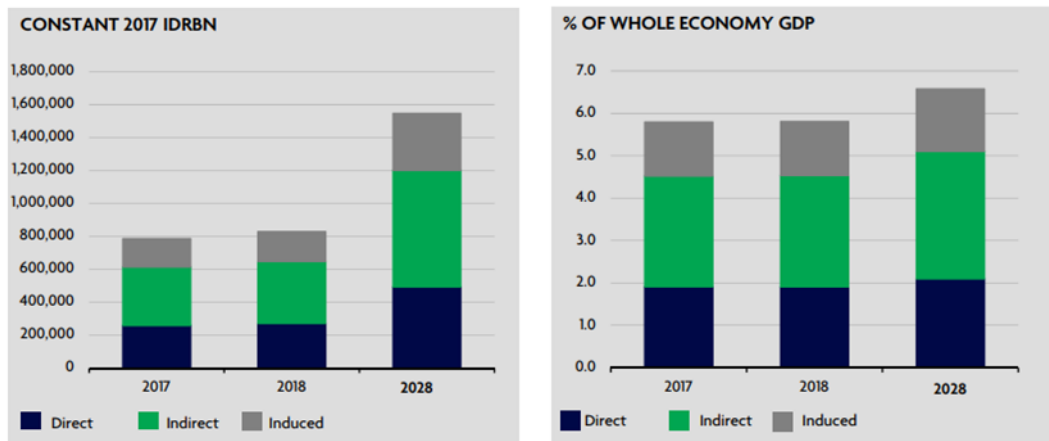
BAB I

PENDAHULUAN

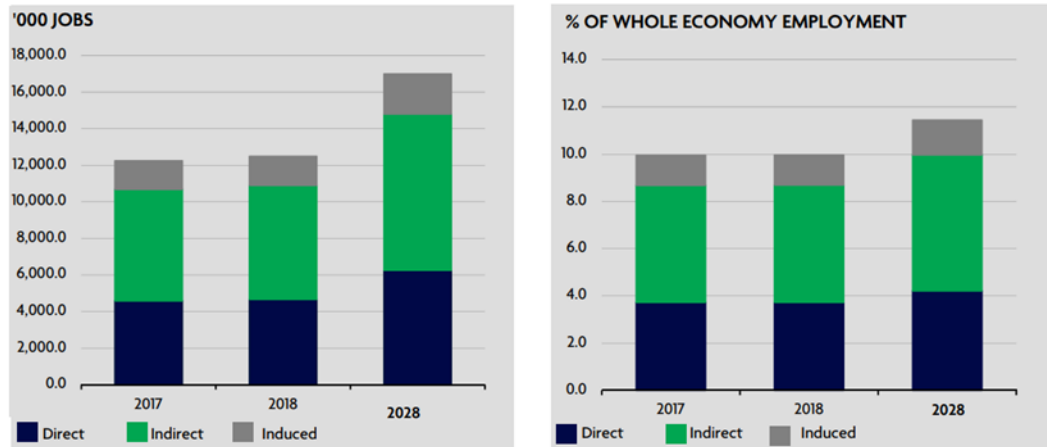
1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata terus berkembang tidak hanya di negara maju, namun juga di negara berkembang seperti halnya Indonesia. Sektor pariwisata berdampak bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara, bahkan sektor pariwisata sendiri sudah menyumbang 10,4% pemasukan pada Produk Domestik Bruto dunia. Indonesia sendiri telah meningkatkan sektor pariwisata dengan baik, hal ini terbukti dengan fakta bahwa pada tahun 2017, Indonesia menempati peringkat sembilan dalam hal pertumbuhan sektor pariwisata di dunia dengan tingkat pertumbuhan 22% (<https://travel.tempo.co/>, diunduh pada tanggal 24 Januari 2019).

Kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto di Indonesia terus meningkat dan memberikan pekerjaan kepada masyarakat Indonesia sebesar 10% (12.485.500 pekerjaan) dari total keseluruhan pekerjaan di Indonesia pada tahun 2018 (<https://wttc.org/>, diunduh pada tanggal 8 Februari 2019).



Gambar 1. 1 Total Kontribusi Pariwisata Terhadap PDB Indonesia
Sumber: <https://wttc.org/> (2019)



Gambar 1. 2 Kontribusi Pariwisata Terhadap Lapangan Kerja di Indonesia

Sumber: <https://wttc.org/> (2019)

Indonesia sendiri memiliki banyak kota wisata, salah satunya yang terkenal dan bahkan diakui keindahannya oleh orang asing adalah kota Batu. Kota ini terletak 15 km sebelah barat laut Malang yang mana dulunya menjadi bagian kabupaten Malang, namun sejak tanggal 17 Oktober 2001, kota Batu resmi ditetapkan sebagai kota otonom yang terpisah dari kabupaten Malang. Batu dikenal sebagai salah satu kota wisata yang indah sejak jaman jajahan Belanda, kekaguman bangsa Belanda terhadap Batu sampai kota itu disejajarkan dengan Swiss dan diberi julukan *De Kleine Zwitserland* yang artinya Swiss kecil dari pulau Jawa (<https://www.travelbromomalang.com/>, diunduh pada tanggal 26 Januari 2019).

Salah satu objek wisata di kota Batu adalah Batu Night Spectacular. Batu Night Spectacular atau BNS di bawah naungan PT. Mutiara Indah diresmikan oleh pemerintah setempat pada tanggal 30 November 2008. Nama Batu Night Spectacular sendiri memiliki penjelasan, Batu menjelaskan kota Batu tempat di mana BNS berada, Night sendiri menjelaskan waktu pengoperasian tempat ini baru dimulai saat matahari mulai terbenam, yaitu sore hingga malam, dan yang terakhir Spectacular menjelaskan bahwa objek wisata ini yang tidak hanya menawarkan wahana buatan manusia, namun juga pemandangan alami yang indah di dataran tinggi menjadikan tempat ini sejuk dan dapat dinikmati bagi semua kalangan, tidak ada batasan umur bagi pengunjung yang ingin masuk ke dalam BNS. BNS sendiri memiliki berbagai macam wahana yang dapat dinikmati seperti sepeda udara, taman lampion, rumah kaca, sepeda gila dan lain-lain

(<https://www.tabloidwisata.com/>, diunduh pada tanggal 24 Januari 2019),
(<https://www.sunburstadventure.com/>, diunduh pada tanggal 8 Februari 2019).



Gambar 1. 3 Logo Batu Night Spectacular
Sumber: <https://batunightspectacular.co.id/> (2019)

Batu sebagai kota wisata tentunya memiliki objek wisata selain Batu Night Spectacular, beberapa diantaranya adalah Jatim Park, Eco Green Park, pemandian Tirta Nirwana, Museum Satwa, dan masih banyak lagi, namun data pada badan pusat statistik kota Batu menunjukkan bahwa pengunjung objek wisata BNS masuk dalam peringkat 4 teratas diantara taman hiburan lain di kota Batu yang datanya masuk dalam badan pusat statisik 2016 dengan Selecta menempati posisi nomor 1, Kusuma Agro Wisata di nomor 2, Museum Satwa di nomor 3, dan baru BNS di nomor 4. Taman hiburan adalah tempat yang mempunyai berbagai jenis hiburan (wahana) dan pertunjukan (<https://www.kamusbesar.com/>, diunduh pada tanggal 28 April 2019). BNS yang merupakan salah satu taman hiburan berwahana di kota batu memiliki 4 taman hiburan teratas yang menjadi pesaing terdekat BNS dalam hal jumlah pengunjung, yaitu Selecta, Kusuma Agro Wisata, dan Jatim Park. (<https://jtp.id/>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019). (<https://batukota.bps.go.id/>, diunduh pada tanggal 7 April 2019).

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan di Tempat Wisata Kota Batu 2016

No.	Objek Wisata	Jumlah Pengunjung
1	Selecta	1.077.114
2	Kusuma Agro Wisata	303.677
3	Jatim Park	159.582
4	Air Panas Cangar	198.022
5	(BNS) Batu Night Spectacular	253.151
6	Petik Apel "Makmur Abadi"	26.376
7	Vihara "Dammadhipa Arama"	1.782
8	Museum Satwa	253.915
9	Rafting "Kaliwatu"	9.701
10	Kampoeng Kidz	62.180
11	Banyu Brantas Rafting	0
12	Pemandian Tirta Nirwana	51.685
13	Pemandian Air Panas Alam Songgoriti	22.584
14	Eco Green Park	52.122
15	Museum Angkut	230.467
16	Wonderland Waterpark	4.517
17	Sahabat Air Rafting	3.079
18	Candi Songgoriti	3.237
19	Predator Fun Park	145.128
20	Petik Apel Mandiri	8.318
21	Batu Agro Apel	0
22	Kampung Wisata Kungkuk	13.656
23	Desa Wisata Sumberejo	1.625
24	Desa Wisata Tulungrejo	0
25	Paralayang	4.133

Sumber: <https://batukota.bps.go.id/> (2019)

Data statistik pemerintah Batu sudah menunjukkan bahwa Batu mengungguli hampir semua taman hiburan di kota Batu, BNS juga memiliki keunggulan lain yang masih jarang dimiliki taman hiburan di Indonesia yaitu taman hiburan yang buka sampai malam hari. Kebanyakan tempat wisata yang buka sampai atau pada malam hari tidak memiliki wahana, hanya sebagai tempat kuliner atau tempat foto (<https://batunightspectacular.co.id/>, diunduh pada tanggal 29 Januari 2019).

Customer loyalty menurut Timm (2001, hal.67), (dalam Vanessa Gaffar, 2007, hal.74) menyatakan bahwa suatu perusahaan penting untuk selalu meningkatkan loyalitas pelanggan, hal ini dikarenakan *customer loyalty* merupakan susunan dari 5 (lima) elemen penting, yaitu, keseluruhan kepuasan pelanggan, rendah atau ketidakteraturan dari tingkat kepuasan membatalkan pelanggan bagi perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, yang kedua

adalah komitmen pelanggan untuk menciptakan pembelian berulang di dalam sebuah hubungan dengan perusahaan, yang ketiga adalah keinginan untuk menjadi pembeli ulang, lalu yang keempat adalah keinginan pelanggan untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, dan yang terakhir daya tahan pelanggan untuk berpindah kepada pesaing.

Rai dan Srivastava (2013) mendefinisikan *customer loyalty* sebagai karakter psikologis yang dibentuk oleh kepuasan pelanggan berkelanjutan ditambah dengan ikatan emosional terbentuk dengan penyedia layanan yang mengarah ke keadaan rela dan secara konsisten berada dalam hubungan. Ada persetujuan umum yang mengatakan bahwa *customer loyalty* berkembang begitu seseorang percaya bahwa dia mendapatkan pelayanan yang terbaik dari penyedia layanan tersebut (Ryu et al., 2012). *Customer loyalty* BNS terbukti dari peningkatan jumlah pengunjung BNS dari 248.701 pengunjung pada tahun 2015, menjadi 253.151 pengunjung pada tahun 2016 (<https://batukota.bps.go.id/>, diunduh pada tanggal 7 April 2019).

Tabel 1. 2 Jumlah Pengunjung 3 Objek Wisata di Kota Batu Tahun 2015-2016

Objek Wisata	Jumlah Pengunjung	
	2015	2016
BNS	248.701	253.151
Jatim Park 1&2	106.316	159.582
Cangar	211.549	229.562

Sumber: <https://batukota.bps.go.id/> (2019)

Menurut Schiffman (2014), *customer satisfaction* digambarkan sebagai ekspresi kebahagiaan atau ketidaknyamanan seseorang pada persepsi tentang penggunaan produk atau layanan sehubungan dengan harapan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kualitas layanan yang diberikan oleh BNS akan sangat berpengaruh kepada kepuasan pelanggan dan BNS berhasil memenuhi kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan BNS terwujud melalui penilaian para pengunjung melalui Google *reviews*, tercatat nilai yang diperoleh BNS adalah 4.4 dari 5.0 (<https://google.com/>, diunduh pada tanggal 14 Februari 2019).

Batu Night Spectacular

Situs web

Petunjuk

Simpan

4.4 ★★★★★ 16,637 ulasan Google

Pusat rekreasi di Kota Batu, Jawa Timur

Gambar 1. 4 Google Review Untuk Batu Night Spectacular

Sumber: <https://google.com/> (2019)

Customer delight adalah rasa gembira yang dialami pelanggan ketika mereka terkejut akibat pengalaman yang menyenangkan (Ali et al., 2016). Pengalaman yang dialami oleh pengunjung saat menikmati wahana-wahana di BNS akan memberikan kejutan dan kegembiraan. Bukti bahwa BNS telah memberikan *customer delight* adalah kebahagiaan yang terlihat pada wajah pengunjung sehabis mencoba wahana di BNS pada gambar 1.5 (<https://malangtimes.com/>, diunduh pada tanggal 14 Februari 2019) dan komentar pengunjung BNS yang menyampaikan kesenangan serta kebahagiaannya di website Traveloka pada gambar 1.6 (<https://traveloka.com/>, diunduh pada tanggal 7 April 2019).



Gambar 1. 5 Wahana Drop and Twist BNS

Sumber: <https://jtp.id/> (2019)

Dendy K. - Wed, 13 Mar 2019

10

It was an amazing experience at BNS, playing fun games in the evening while enjoying the city view from above.

Gambar 1. 6 Salah Satu Komentar Pengunjung BNS di Traveloka

Sumber: <https://traveloka.com/> (2019)

Physical environment adalah fitur desain lingkungan tertentu, seperti kontras warna, pencahayaan intensitas tinggi, ukuran ruang, dan kebisingan (Chaudhury, Hung, & Badger, 2013). Terlihat dari gambar 1.5 bahwa *physical*

environment BNS bersih, dan memiliki penerangan yang jelas dan memberi nilai tambah pada estetika.



Gambar 1. 7 Wahana Merry Go Round BNS

Sumber: <https://batunightspectacular.co.id/> (2019)

Interaction with staff yaitu interaksi pelanggan dengan karyawan yang didasarkan pada sikap, perilaku, keramahan dan ketepatan waktu karyawan (Ryu et al., 2012). Ap dan Wong (2001) menekankan pentingnya karyawan garis depan, yang kinerjanya dapat memengaruhi pengalaman konsumen. Karyawan yang bertatap muka langsung dengan pengunjung berperan penting bagi pengalaman konsumen, karyawan harus memberikan pelayanan yang sebaik mungkin dan bahkan melebihi ekspektasi agar memberikan kesan positif bagi pengunjung tersebut. Hal ini dibuktikan oleh BNS dengan bentuk interaksi langsung yang diberikan karyawan BNS yang ramah serta hangat adalah pada *cosplay area* pada gambar 1.8, di sini pengunjung akan disambut hangat dengan karyawan yang berperan sebagai karakter tertentu dan pengunjung juga bisa foto bersama dengan karakter yang mereka inginkan (<https://jtp.id/>, diunduh pada tanggal 14 Februari 2019).



Gambar 1. 8 Pengunjung Berfoto Dengan Beberapa Karakter di BNS

Sumber: <https://jtp.id/> (2019)

Tombs dan McColl-Kennedy (2013) mengatakan *interaction with other customers* adalah saat di mana emosi yang ditampilkan oleh pelanggan lain dalam lingkungan layanan secara otomatis membangkitkan emosi yang sama pada pelanggan referensi. Hal tersebut ditunjukkan salah satunya di Gokart pada gambar 1.9, dimana para pengunjung saling berinteraksi satu dengan yang lainnya dan bergembira bersama, jadi satu pelanggan dapat mempengaruhi pelanggan yang lainnya.



Gambar 1. 9 Pengunjung Mengendarai Gokart di BNS

Sumber: <https://jtp.id/> (2019)

Dari hasil pembahasan di atas dapat terlihat persaingan taman hiburan sangat ketat (tabel 1.1), oleh karena itu penting bagi BNS untuk selalu meningkatkan customer loyalty dari pelanggan BNS, maka penelitian ini akan berfokus meneliti pengaruh *physical environment*, *interaction with customers*, dan *interaction with staff* terhadap *customer delight*, *customer satisfaction* dan pada akhirnya terhadap *customer loyalty* pengunjung Batu Night Spectacular di Surabaya.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan dalam setiap penelitian, demikian juga penelitian ini agar jelas bagian mana dari masalah yang dikaji dan mana yang tidak. Penelitian ini akan membahas dan menganalisis pengaruh *physical environment*, *interaction with customers*, dan *interaction with staff* terhadap *customer delight*, *customer satisfaction* dan pada akhirnya terhadap *customer loyalty* pengunjung Batu Night Spectacular di Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian diambil melalui penyebaran kuesioner kepada responden dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Responden pria dan wanita
2. Berdomisili di kota Surabaya
3. Responden berusia 18-60 tahun dimana usia tersebut merupakan masa dewasa dini (Kotler dan Armstrong, 2010)
4. Pernah membeli tiket dengan biaya pribadi dan berkunjung ke Batu Night Spectacular (BNS) minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir
5. Mengetahui taman hiburan selain Batu Night Spectacular (BNS)

Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti. Perhitungan hasil data dan analisa hasil kuesioner menggunakan alat bantu software SPSS.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan data-data dan fakta dalam latar belakang, masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi rumusan masalah secara umum dan spesifik. Rumusan masalah secara umum dalam penelitian ini adalah apa faktor-

faktor yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* dan *customer delight* pengunjung Batu Night Spectacular?

Sedangkan rumusan masalah secara spesifik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *physical environment* berpengaruh signifikan terhadap *customer delight* pada pengunjung Batu Night Spectacular?
2. Apakah *physical environment* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung Batu Night Spectacular?
3. Apakah *intercaction with customers* berpengaruh signifikan terhadap *customer delight* pada pengunjung Batu Night Spectacular?
4. Apakah *intercaction with customers* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung Batu Night Spectacular?
5. Apakah *intercaction with staff* berpengaruh signifikan terhadap *customer delight* pada pengunjung Batu Night Spectacular?
6. Apakah *intercaction with staff* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung Batu Night Spectacular?
7. Apakah *customer delight* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung Batu Night Spectacular?
8. Apakah *customer delight* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengunjung Batu Night Spectacular?
9. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengunjung Batu Night Spectacular?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *physical environment* terhadap *customer delight* pada pengunjung Batu Night Spectacular.
2. Untuk menguji pengaruh *physical environment* terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung Batu Night Spectacular.
3. Untuk menguji pengaruh *intercaction with customers* terhadap *customer delight* pada pengunjung Batu Night Spectacular.

4. Untuk menguji pengaruh *intercaction with customers* terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung Batu Night Spectacular.
5. Untuk menguji pengaruh *intercaction with staff* terhadap *customer delight* pada pengunjung Batu Night Spectacular.
6. Untuk menguji pengaruh *intercaction with staff* terhadap *customer satisfaction* pengunjung Batu Night Spectacular?.
7. Untuk menguji pengaruh *customer delight* terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung Batu Night Spectacular.
8. Untuk menguji pengaruh *customer delight* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengunjung Batu Night Spectacular.
9. Untuk menguji pengaruh *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengunjung Batu Night Spectacular.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dapat mendukung teori-teori yang telah ada tentang *customer delight*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.
2. Penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu tentang *customer delight*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* yang telah dilakukan oleh peneliti lain.
3. Penelitian ini dapat berguna sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti tentang *customer delight*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.
4. Penelitian ini dapat berguna sebagai sumber referensi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat penelitian sejenis.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah PT Mutiara Indah Sejahtera dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *customer delight* pengunjung Batu Night Spectacular, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *customer satisfaction*, pengaruh *customer delight* terhadap *customer satisfaction* pengunjung Batu Night Spectacular, pengaruh *customer delight* terhadap *customer loyalty* pengunjung Batu Night Spectacular, dan pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pengunjung Batu Night Spectacular sehingga pihak Batu Night Spectacular dapat memanfaatkan informasi ini dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengunjung Batu Night Spectacular. Dengan demikian, Batu Night Spectacular dapat meningkatkan layanan yang diberikan dan menambah daya tarik dengan inovasi mereka.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti pembahasan penelitian ini, maka penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, batasan masalah yang akan dibahas, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian yang meliputi manfaat praktis dan manfaat teoritis serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* dan *actual usage*, pengembangan hipotesis dalam penelitian ini, model penelitian serta bagan alur berpikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, metode, definisi operasional, jenis & sumber data, target & karakteristik populasi, teknik pengambilan sampel, prosedur pengumpulan data dan skala, serta pengolahan data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Traveloka; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V: KONKLUSI, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.