

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Kota Pagar Alam merupakan salah satu kota yang termasuk ke dalam wilayah administratif provinsi Sumatera Selatan. Kota Pagar Alam dikenal memiliki keindahan hamparan alam, udara yang sejuk dan berbagai daya tarik wisata, menjadikannya sebagai salah satu destinasi wisata favorit khususnya bagi masyarakat Sumatera Selatan. Sektor pariwisata juga menjadi salah satu sektor andalan sumber pendapatan daerah kota Pagar Alam selain sektor pertanian dan perkebunan. Secara geografis kota Pagar Alam terletak pada titik koordinat 04°00"-04°15" LS dan 103°05"-103°25" BT. Kota Pagar Alam berdiri secara Otonom dan terpisah dari Kabupaten Lahat mulai tanggal 21 Juni 2001. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No 8 Tahun 2001, Tambahan Lembaran Negara RI No. 4115, wilayah kota Pagar Alam meliputi 5 (Lima) kecamatan, yaitu kecamatan Pagar Alam Utara, kecamatan Pagar Alam Selatan, kecamatan Dempo Tengah, kecamatan Dempo Utara dan kecamatan Dempo Selatan. Kota Pagar Alam memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata, terbukti pada Malam Anugerah Pariwisata Indonesia tahun 2018 Kota Pagar Alam meraih penghargaan sebagai Juara 2 Dataran Tinggi Terpopuler se-Indonesia, hal ini juga dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke kota Pagar Alam.

No	Tahun	Kunjungan Wisatawan	
		Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
1	2015	88.143 orang	76 orang
2	2016	126.364 orang	102 orang
3	2017	224.042 orang	151 orang
4	2018	256.802 orang	162 orang

**Tabel 1.1.** Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Pagar Alam Tahun 2015-2018  
Sumber : Dokumen Dinas Pariwisata kota Pagar Alam

Salah satu objek wisata di kota ini yang menarik perhatian wisatawan adalah *Green Paradise*. *Green Paradise* merupakan objek wisata alam milik perseorangan yang terletak di desa Bumi Agung kecamatan Dempo Utara kota Pagar Alam dengan luas 3,5h dan sedang dalam proses pengembangan hingga sekarang. *Green Paradise* dibuka untuk umum pertama kali pada tanggal 5 Agustus tahun 2016.

Daya Tarik Wisata menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab I pasal 5, adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”.

Menurut Mardalis dan Ratna Puspa J (2016) dalam Maharani (2019) Daya tarik wisata atau “*tourist attraction* yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Menurut Ali Hasan (2015) dalam Hasan (2018) daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan.

Objek wisata *Green Paradise* mengusung konsep taman konservasi dan juga direncanakan akan menambah konsep taman rekreasi kedepannya, pada objek wisata ini terdapat 1.000 mata air. Terdapat kolam yang dipenuhi ikan lokal yang hampir punah yaitu ikan Semah, kolam ikan Koi dan ikan Mas, serta hewan-hewan yang dapat diajak berinteraksi dari dekat lainnya seperti Siamang, burung Elang, burung Beo, Iguana, dan beberapa hewan unggas lainnya, serta yang tidak kalah menarik perhatian adalah miniatur air terjun Niagara yang dikelilingi tanaman selada hijau, taman bunga *Celosia*, serta pemandangan alam yang terhampar menyejukkan mata.

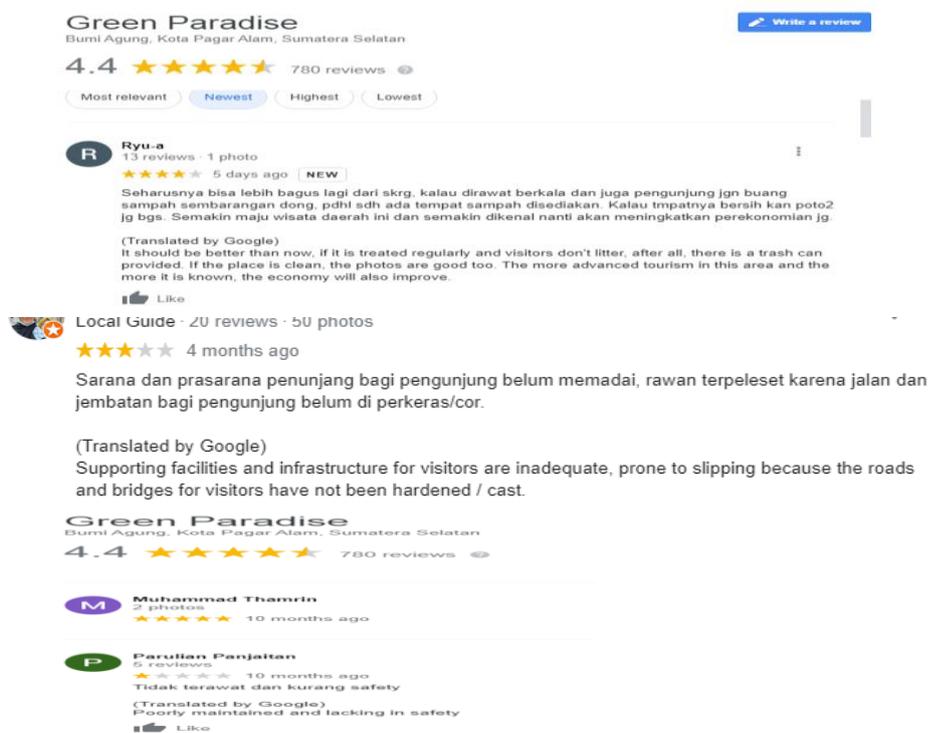
Objek wisata *Green Paradise* berjarak kurang lebih 12 km dari pusat kota dan 35 km dari bandara Atung Bungsu kota Pagar Alam. Untuk dapat mencapai ke Objek wisata *Green Paradise* biasanya wisatawan menggunakan kendaraan pribadi dikarenakan minimnya angkutan umum menuju kesana . Selain itu terdapat kekurangan lainnya, yaitu jalan bagi kendaraan yang

sempit dan rusak di saat hendak memasuki kawasan objek wisata *Green Paradise* seperti gambar dibawah ini:



**Gambar 1.1.** Foto Jalan menuju objek wisata *Green Paradise* (April, 2021)  
Sumber : Penduduk sekitar daerah objek wisata *Green Paradise*

Selain itu pada ulasan/*review* yang diberikan oleh wisatawan terkait objek wisata *Green Paradise* di laman *Google*, terdapat beberapa keluhan yang diberikan terkait keamanan dan perawatan objek wisata *Green Paradise* seperti pada gambar berikut ini :



**Gambar 1.2.** Ulasan wisatawan objek wisata *Green Paradise* (2020)  
Sumber : *Google*, Ulasan/*review* objek wisata *Green Paradise*

Sebuah objek wisata tidak cukup hanya memiliki daya tarik wisata, terdapat beberapa aspek lain yang juga menjadi pertimbangan wisatawan untuk melakukan kunjungan, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai evaluasi pelanggan yang komprehensif atas layanan tertentu dan sejauh mana hal itu memenuhi harapan mereka dan memberikan kepuasan (Al-Jazazi dan Sultan, 2017; dikutip Pakurar, 2019 & Atallarick dkk, 2020). Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang populer dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry (1998).

*There is five SERVQUAL's dimensions. Concise definition for the dimensions are, "...Tangibles : physical facilities, equipment, and appearance of personnel. Reability : ability to perform the promised service dependably and accurately. Responsiveness : willingness to help customers and provide prompt service. Assurance : knowledge and courtesy of employees and their ability to inspire trust and confidence. Emphaty : caring, individualized attention the firm provides its customers (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1998).*

Terdapat lima dimensi utama kualitas jasa yang dikembangkan Parasuraman, dkk. (dalam Tjiptono, 2009 & Maharani, 2019). Dimensi-dimensi tersebut adalah *Tangible* (penampilan elemen fisik), dimensi ini meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan - bahan komunikasi. *Reliability* (kehandalan), dimensi ini meliputi kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal. *Responsiveness* (daya tanggap), dimensi ini meliputi kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat. *Assurance* (jaminan), dimensi ini meliputi pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan dan *Emphaty* (kemudahan akses dan pemahaman akan konsumen), dimensi ini meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian dan memahami pelanggan.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pembeli (Kotler dan Keller dalam Roihanah, Sunarti 2017 & Maharani 2019). Menurut Barsky (1992) dalam Daryanto dan Setyobudi (2014) “dengan memuaskan konsumen maka organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungan dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Pada penelitian Sunartini dan Tias (2019) menyatakan bahwa “kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Semakin tinggi tingkat kepuasan akan mendorong wisatawan berkunjung kembali (Munhurrun et al, 2014 dalam Marpaung, 2019)

Penelitian Darojat (2021) dan penelitian Sulastridkk (2018) menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan dan minat berkunjung ulang wisatawan dengan menggunakan kepuasan wisatawan sebagai variabel *intervening*.

Variabel *intervening* atau variabel mediasi adalah variabel antara yang menghubungkan sebuah variabel independen utama pada variabel dependen yang dianalisis (Ferdinand dalam Sofyan, 2015 & Sulastridkk, 2018). Pada penelitian ini kepuasan wisatawan digunakan sebagai variabel *intervening* untuk mengetahui pengaruhnya secara langsung terhadap variabel dependen penelitian yaitu minat kunjungan ulang.

Minat berkunjung ulang merupakan perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa mendatang. Minat berkunjung ulang wisatawan dapat diartikan sebagai kemungkinan bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu tujuan lagi, dan perilaku ini dianggap sebagai kesetiaan atau tindakan nyata yang mengacu pada kesediaan seseorang atau wisatawan untuk mengunjungi kembali tujuan yang sama (Wang & Chiu, 2015 dalam Maharani,2019).

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dalam Cynthia, Yeni 2015 & Maharani, 2019). Terdapat beberapa indikator dari minat berkunjung ulang ada dua yaitu keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain dan keinginan untuk kembali berkunjung. Wisatawan yang memiliki minat untuk

melakukan kunjungan ulang dapat ditandai dengan kemauan untuk meninjau kembali destinasi yang sama di masa depan dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

Menurut data yang Peneliti peroleh dari pengelola objek wisata *Green Paradise*, jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2020 sebanyak 54.837 pengunjung, jumlah tersebut cukup banyak mengingat tahun 2020 adalah masa pandemi *Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)*, terlebih lagi peneliti menganggap terdapat beberapa kekurangan dalam aksesibilitas dan upaya pemberian pelayanan pada objek wisata ini, sehingga fenomena tersebut peneliti anggap cukup menarik untuk diteliti.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang melalui kepuasan wisatawan objek wisata *Green Paradise*, dengan judul penelitian “**Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kunjungan Ulang dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Objek Wisata *Green Paradise Kota Pagar Alam*)**”. Penelitian ini memiliki variabel yang sama dengan penelitian terdahulu Darojat (2021) dan penelitian Sulastri dkk (2018) namun dengan objek yang berbeda, sebagian besar indikator dan dimensi berbeda dan beberapa teknik analisis data yang berbeda.

## 1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat diperoleh beberapa masalah yang berkaitan dengan Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kunjungan Ulang melalui Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata *Green Paradise*, yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh langsung daya tarik wisata ( $X_1$ ) terhadap kepuasan wisatawan ( $Y$ ) pada objek wisata *Green Paradise*?
2. Seberapa besar pengaruh langsung kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan wisatawan ( $Y$ ) pada objek wisata *Green Paradise*?

3. Seberapa besar pengaruh langsung kepuasan wisatawan (Y) terhadap minat kunjungan ulang (Z) pada objek wisata *Green Paradise*?
4. Seberapa besar pengaruh langsung daya tarik wisata ( $X_1$ ) terhadap minat kunjungan ulang (Z)?
5. Seberapa besar pengaruh langsung kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap minat kunjungan ulang (Z)?
6. Seberapa besar pengaruh tidak langsung daya tarik wisata ( $X_1$ ) terhadap minat kunjungan ulang (Z) melalui variabel intervening kepuasan wisatawan (Y) pada objek wisata *Green Paradise*?
7. Seberapa besar pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap minat kunjungan ulang (Z) melalui variabel intervening kepuasan wisatawan (Y) pada objek wisata *Green Paradise*.

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi pada rumusan masalah di atas pembahasan pada penelitian ini berkaitan dengan daya tarik wisata, kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan dan minat kunjungan ulang. Daya tarik wisata menggunakan beberapa aspek dimensi menurut Yoeti (2012) yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*) dan fasilitas (*facilities*). Kualitas pelayanan menggunakan model SERVQUAL, dimensi-dimensi tersebut adalah, *Tangible* (penampilan elemen fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Emphaty* (kemudahan akses dan pemahaman akan konsumen). Kepuasan wisatawan diukur dari persepsi terhadap daya tarik wisata dan kualitas pelayanan. Adapun teori minat berkunjung ulang dibatasi dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman (dalam Cynthia dan Yeni 2015 dalam Maharani,2019), yaitu indikator dari minat berkunjung ulang ada dua yaitu keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain dan keinginan untuk kembali berkunjung.

## 1.4 Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung daya tarik wisata ( $X_1$ ) terhadap kepuasan wisatawan (Y) pada objek wisata *Green Paradise*.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan wisatawan (Y) pada objek wisata *Green Paradise*.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung kepuasan wisatawan (Y) terhadap minat kunjungan ulang (Z) pada objek wisata *Green Paradise*
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung daya tarik wisata ( $X_1$ ) terhadap minat kunjungan ulang (Z).
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap minat kunjungan ulang (Z).
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tidak langsung daya tarik wisata ( $X_1$ ) terhadap minat kunjungan ulang (Z) wisatawan melalui variabel intervening kepuasan wisatawan (Y) pada objek wisata *Green Paradise*.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap minat kunjungan ulang (Z) melalui variabel intervening kepuasan wisatawan (Y) pada objek wisata *Green Paradise*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjungan ulang dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel *Intervening* pada objek wisata *Green Paradise* kota Pagar Alam. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat manfaat bagi :

1. Peneliti, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan guna memperoleh gelar sarjana terapan pada program studi Usaha Perjalanan Wisata serta pengetahuan tentang studi kelayakan pariwisata.
2. Pengelola objek wisata *Green Paradise*, agar dapat mengetahui persepsi wisatawan terhadap objek wisata tersebut dan mengevaluasi.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Guna membuat laporan ini lebih terarah, maka secara garis besar penelitian ini terdiri dari lima bab dimana tiap-tiap bab memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Berikut ini akan diuraikan secara singkat mengenai sistematika penulisan penelitian ini yaitu:

#### **BAB I Pendahuluan**

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Batasan Masalah
- 1.4 Tujuan Penelitian
- 1.5 Manfaat Penelitian
- 1.6 Sistematika Penulisan

#### **BAB II Landasan Teori**

- 2.1. Pengertian Pariwisata
- 2.2. Daya Tarik Wisata
- 2.3. Kualitas Pelayanan
- 2.4. Kepuasan Wisatawan
- 2.5. Minat Kunjungan Ulang
- 2.6. Objek Wisata *Green Paradise*
- 2.7. Penelitian Terdahulu
- 2.8. Kerangka Pemikiran
- 2.9. Hipotesis

### **BAB III Metode Penelitian**

- 3.1 Pendekatan Penelitian
- 3.2 Lokasi Penelitian
- 3.3 Jenis dan Sumber Data
- 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel
- 3.5 Teknik Pengumpulan Data
- 3.6 Skala Pengukuran
- 3.7 Definisi Operasional Variabel
- 3.8 Uji Persyaratan Instrumen
- 3.9 Metode Analisis Data

### **BAB IV Hasil dan Pembahasan**

- 4.1 Gambaran Umum Objek Wisata *Green Paradise*
- 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden
- 4.3. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden
- 4.4. Hasil Pengujian Instrumen
- 4.5. Analisis Data Deskriptif
- 4.6. Pembahasan

### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran

