

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat potensial dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sebagai sumber pendapatan daerah. Saat ini masyarakat yang berperan sebagai konsumen membutuhkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan akan hiburan dan kesenangan. Dan pariwisata telah menjadi kebutuhan bagi semua orang dari berbagai lapisan masyarakat karena dengan berwisata seseorang dapat menghilangkan kejenuhan, meningkatkan kreatifitas, relaksasi, mengenal tentang kebudayaan dan peninggalan sejarah yang ada di objek wisata, dan lain-lain. Pariwisata perlu mendapat perhatian besar dari pemerintah dan masyarakat sekitarnya untuk dikembangkan agar dapat memberikan dampak yang positif dalam berbagai aspek baik ekonomi, sosial, dan budaya. Sektor pariwisata mempunyai peranan penting dalam meningkatkan pendapatan negara maupun daerah dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Pariwisata termasuk dalam program pembangunan nasional di Indonesia dan diarahkan sebagai salah satu sektor pembangunan ekonomi. Dari pariwisata diharapkan diperoleh devisa, baik dalam bentuk pengeluaran uang dari para wisatawan di negara kita, maupun sebagai penanaman modal asing dalam

industri pariwisata.¹ Berdasarkan catatan Departemen Keuangan, sektor pariwisata sudah menyumbangkan devisa untuk tahun 2000 sebesar US 5,1 milyar dari 5,1 juta jiwa wisatawan.² Selain meningkatkan devisa negara, industri pariwisata juga dapat membuka lapangan pekerjaan, memperluas pemerataan pembangunan, membantu mengurangi kemiskinan, dan menjadi penyumbang Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Pariwisata juga berperan sebagai media komunikasi dan interaksi bagi masyarakat di seluruh dunia, dimana masing-masing negara dapat menunjukkan daya tarik dan ciri khas dari negaranya. Hal ini sesuai dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan mendayagunakan obyek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa.³

Dilihat dari jenis usaha, pariwisata termasuk dalam usaha yang mempunyai nilai ekonomi, sehingga pariwisata merupakan sebuah proses yang akan menghasilkan nilai tambah terhadap barang-barang dan jasa sebagai suatu kesatuan produk nyata (*real goods*) atau yang berupa jasa (*service*) yang dihasilkan oleh proses produksi.⁴ Maka dari itu sektor pariwisata harus dikembangkan dan dikelola dengan sebaik-baiknya dengan

¹ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987), hal. 51

² Syaekani H.R., *Pesona Pariwisata Indonesia: Sektor Pariwisata sebagai Duta Bangsa yang Cantik dan Elok*, (Jakarta: Nuansa Madani, 2003), hal. 75

³ M. Akrom K., *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 1

⁴ Sakti Nurani Dewi Astuti dan Yuliawati, "Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Kunjungan Wisata di Agrowisata Kabupaten Semarang", *Jurnal Agribisnis Terpadu* Vol. 11 No. 2, 2018, hal. 242-243

melibatkan pihak-pihak yang mempunyai keahlian di bidang tersebut sehingga objek wisata yang ditawarkan bisa dikenal oleh wisatawan dari berbagai daerah dan menjadi salah satu sektor pembangunan nasional. Pengembangan pariwisata sebagai upaya dalam menciptakan keterpaduan penggunaan sumber daya pariwisata dan upaya dalam mengintegrasikan aspek di luar pariwisata untuk mendukung upaya pengembangan pariwisata.⁵

Peran pariwisata yang begitu besar terhadap pembangunan nasional ini membuat hampir semua wilayah di Indonesia bersaing dan saling berkompetisi untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam, kebudayaan, dan keramah-tamahan masyarakat setempat untuk menarik perhatian wisatawan baik domestik maupun mancanegara agar melakukan kunjungan wisata. Keramah-tamahan yang dimiliki masyarakat Indonesia menjadi ciri khas yang membedakan Indonesia dengan negara-negara lainnya. Apalagi kekayaan alam dan budayanya yang begitu beragam menjadikan Indonesia lebih dikenal.

Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara atau daerah akan menarik sektor lain, karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata.⁶ Dengan adanya kegiatan pariwisata akan menciptakan permintaan baik konsumsi maupun investasi yang pada akhirnya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa. Biasanya seorang wisatawan akan melakukan kegiatan berbelanja ketika mengunjungi suatu

⁵ Ophelia Firsty dan Ida Ayu Suryasih, “Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi sebagai Wisata Religi”, *Jurnal Destinasi Pariwisata* Vol. 7 No. 1, 2019, hal. 36

⁶ Kharinda Triandara, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Pantai Pangandaran, Jawa Barat*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 4

objek wisata, sehingga secara langsung menimbulkan permintaan pasar barang dan jasa. Selanjutnya wisatawan secara tidak langsung menimbulkan permintaan akan barang modal dan bahan baku untuk memproduksi memenuhi permintaan wisatawan akan barang dan jasa tersebut. Dalam usaha memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan restoran, dan lain-lain.⁷

Pariwisata sebagai aktivitas ekonomi harus dilihat dari dua sisi yakni sisi permintaan (*demand side*) dan sisi pasokan/penawaran (*supply side*). Keberhasilan dalam pengembangan pariwisata di suatu daerah tergantung pada kemampuan perencana dalam mengintegrasikan kedua sisi tersebut secara berimbang ke dalam sebuah rencana pengembangan pariwisata. Kegiatan kepariwisataan dapat dilihat dari konteks sediaan dan permintaan yang merupakan komponen dasar kepariwisataan.⁸

Dalam industri pariwisata, wisatawan merupakan komponen penting yang membuat sebuah kegiatan pariwisata dapat berjalan karena pariwisata adalah sebuah pengalaman manusia dimana pariwisata merupakan sesuatu yang dinikmati, diantisipasi dan dapat diingat selalu oleh penikmat pariwisata. Berhasil tidaknya suatu industri pariwisata sangat bergantung pada jumlah wisatawan yang datang berkunjung. Karena wisatawan merupakan target utama dalam industri pariwisata. Maka dari itu peningkatan

⁷ M. Akrom K., *Analisis Faktor-Faktor....*, hal. 2

⁸ Yofina Mulyati dan Masruri, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi*”, *Jurnal Menara Ilmu* Vol. XIII No. 1, 2019, hal. 193

pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW) harus dilakukan sehingga industri pariwisata dapat berkembang dengan baik.

Wisatawan yang akan melakukan kunjungan ke daerah tujuan wisata selalu mencari tahu terlebih dahulu mengenai objek wisata yang ditawarkan. Bagi seorang wisatawan popularitas dari tujuan wisata menyangkut *city branding*, harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi dari objek wisata yang dituju sangat diperlukan agar dapat mencapai kepuasan dalam perjalanan wisata yang dilakukan. Jumlah kunjungan wisatawan yang meningkat menunjukkan semakin tingginya kebutuhan konsumen akan jasa wisata. Bauran pemasaran jasa mempunyai pengaruh dalam menentukan suatu keberhasilan strategi pemasaran.⁹ Faktor-faktor tersebut harus diperhatikan sebagai strategi pengembangan pariwisata. Karena saat ini industri pariwisata menjadi kebutuhan dalam rangka memenuhi keinginan konsumen akan hiburan dan kesenangan.

Dalam pemilihan objek wisata tidak terlepas dari faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjungnya. Keputusan penentuan objek wisata merupakan suatu proses, berawal dari keinginan dan kebutuhan, kemudian dilanjutkan dengan tahap pencarian informasi. Pencarian dan evaluasi informasi merupakan komponen utama dalam proses keputusan penentuan objek wisata karena pada tahap ini wisatawan berupaya untuk menyamakan

⁹ Ismiyati, “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Wisatawan untuk Mengunjungi Sendratari Ramayana Prambanan di Prambanan”, *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis* Vol. 4 No. 1, 2016, hal. 60

kriteria dan preferensi yang diinginkan dengan kondisi yang tersedia sehingga timbul beberapa pilihan wisata.¹⁰

Kota di Indonesia yang menjadi salah satu tujuan destinasi wisata yang cukup dikenal adalah kota Blitar. Kota Blitar merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Timur yang telah dikenal masyarakat Indonesia sebagai Kota Kebangsaan karena sangat melekat dengan sosok Bapak Proklamator Bung Karno. Bung Karno adalah warga asli Blitar dan merupakan salah satu sosok yang paling berpengaruh dalam proses kemerdekaan Indonesia. Beliau mempunyai peranan yang sangat besar bagi kemerdekaan Indonesia dan merupakan presiden pertama Indonesia. Jadi inilah sebabnya Blitar disebut dengan istilah “Blitar Bumi Bung Karno”. Selain itu Blitar juga dijuluki sebagai “Kota PETA” yang artinya Pembela Tanah Air karena dahulu pasukan PETA dari Blitar yang dipimpin oleh Sudanco Supriyadi memelopori perjuangan Kemerdekaan Indonesia melawan Jepang. Kota Blitar juga dikenal sebagai “Kota Koi” karena ikan koi yang populer di Jepang dapat dibudidayakan dengan baik di kota ini.

Kota Blitar memiliki beragam pesona keindahan alam, budaya, dan potensi wisata dengan nilai-nilai sejarah sehingga patut dikunjungi oleh wisatawan. Pesona alam yang dimiliki dapat menjadi potensi besar bagi sektor pariwisata, sehingga sektor ini mampu memberikan pendapatan asli daerah yang cukup tinggi.¹¹ Sama halnya dengan daerah lain yang mempunyai kebudayaan dan ciri khas masing-masing, di Blitar juga terdapat

¹⁰ Sakti Nurani Dewi Astuti dan Yuliatwati, *Faktor-Faktor yang Berpengaruh...*, hal. 244

¹¹ Kharinda Triandara, *Analisis Faktor-Faktor...*, hal. 5

kebudayaan daerah diantaranya adalah Budaya Wayang Kulit, Grebek Pancasila, Siraman Gong Kyai Pradah, Larung Sesaji pada 1 Muharram dan Pagelaran Sendra Tari. Selain itu Blitar juga memiliki banyak sekali objek wisata yang menarik baik wisata alam maupun wisata buatan. Objek wisata yang terdapat di Blitar diantaranya adalah Candi Penataran, Kampong Cokelat, Makam Bung Karno, Istana Gebang, Negeri Dongeng, Kampung Afrika, *Water Park* Sumber Udel, Taman Kebon Rojo, Taman Sentul, Agrowisata Belimbing Karang Sari, Kebun Kopi Karanganyar, Pantai Tambakrejo, Pantai Serang, dan lain-lain.

Kota Blitar begitu dikenal oleh masyarakat Indonesia dan dijuluki sebagai "*Kuto Cilik Sing Kawentar*" yang memiliki arti kota kecil yang terkenal. Kepopuleran kota Blitar ini didukung oleh keberadaan objek wisata Makam Bung Karno yang merupakan tempat dimakamkannya sang proklamator Ir. Soekarno sekaligus sebagai presiden pertama Indonesia.

Objek wisata Makam Bung Karno mempunyai potensi besar untuk dikembangkan karena menjadi tujuan destinasi utama para wisatawan yang mengunjungi kota Blitar. Makam Bung Karno merupakan tempat peristirahatan terakhir sang proklamator negara Indonesia yaitu Ir. Soekarno atau yang biasa dipanggil Bung Karno. Pusara Bung Karno ini merupakan salah satu tujuan wisata utama yang ramai dikunjungi wisatawan baik lokal maupun mancanegara, dan ditunjang dengan fasilitas yang cukup lengkap serta terintegrasi dengan objek wisata lainnya. Objek wisata Makam Bung Karno ini menjadi tujuan para peziarah dari berbagai daerah.

Berada satu kompleks dengan objek wisata Makam Bung Karno terdapat museum yang berisikan barang-barang peninggalan yang pernah digunakan oleh Bung Karno semasa hidupnya serta karya-karya tentang beliau yang tersimpan rapi dan terawat untuk dipamerkan dan dinikmati oleh para pengunjung yang ingin mengenang masa-masa perjuangan sekaligus pembelajaran patriotisme dan nasionalisme terutama bagi para peserta didik yang diajak berkunjung bersama para guru pendamping.

Objek wisata Makam Bung Karno juga menyediakan perpustakaan nasional yang berisikan buku-buku tentang nasionalisme, buku pengetahuan umum, dan bacaan untuk berbagai jenjang usia mulai dari anak-anak, mahasiswa, dan umum. Jadi saat mengunjungi objek wisata Makam Bung Karno selain melakukan wisata religi dan wisata kuliner juga sekaligus dapat menikmati wisata edukasi.

Keberadaan objek wisata Makam Bung Karno ini sangat membantu masyarakat sekitar dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga pendapatan masyarakat meningkat. Beberapa usaha yang terdapat disekitar objek wisata makam Bung Karno diantaranya dalam bidang kuliner, penginapan, kerajinan, akomodasi, maupun jasa kecantikan salon dan spa. Setiap pelaku usaha di sekitar objek wisata Makam Bung Karno pasti menginginkan wisatawan yang datang berkunjung dalam jumlah besar karena dengan begitu barang atau jasa yang mereka tawarkan bisa laku terjual sehingga jumlah pendapatan yang diperoleh semakin meningkat. Hal tersebut

dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar sekaligus membantu meningkatkan perekonomian daerah.

Berikut data jumlah kunjungan wisatan di objek wisata Makam Bung Karno yang merupakan tujuan wisata utama di kota Blitar.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Makam Bung Karno Blitar
Tahun 2018

No	Tahun	Domestik	Luar Negeri	Jumlah
1	Januari	37.936	12	37.948
2	Februari	35.996	8	36.004
3	Maret	42.714	28	42.742
4	April	49.978	16	49.994
5	Mei	23.982	5	23.987
6	Juni	20.336	16	20.352
7	Juli	50.696	10	50.706
8	Agustus	51.334	6	51.340
9	September	33.568	8	33.576
10	Oktober	52.000	34	52.034
11	November	40.600	26	40.626
12	Desember	70.540	37	70.577

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Blitar, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari bulan Januari sampai bulan Desember 2018 jumlah wisatawan yang mengunjungi objek wisata Makam Bung Karno Blitar tidak stabil. Hal ini terlihat dari adanya kenaikan dan juga penurunan jumlah pengunjung yang terus berubah-ubah dari bulan ke bulan selama tahun 2018. Adapun faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam

Bung Karno Blitar diantaranya adalah *city branding*, harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi.

City branding merupakan bagian dari perencanaan kota untuk memperkuat identitas kota dengan ciri khas tersendiri yang membedakannya dengan kota lain. *City branding* diduga mempengaruhi keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke objek wisata tertentu. Semakin unik dan menarik *city branding* dari suatu kota maka minat wisatawan untuk mengunjungi lokasi tersebut semakin besar. Sebaliknya apabila *city branding* dari suatu kota tidak menarik dan kurang dikenal masyarakat maka minat wisatawan untuk mengunjungi lokasi tersebut akan semakin kecil.

Faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan adalah harga. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.¹² Penetapan harga yang sesuai dengan harapan konsumen dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk mengkonsumsi jasa tersebut. Apabila harga yang harus dibayar untuk mengunjungi objek wisata jumlahnya kecil maka permintaan terhadap objek wisata akan naik, sebaliknya apabila harga yang harus dibayar untuk mengunjungi objek wisata jumlahnya besar maka permintaan terhadap objek wisata akan turun.

¹² Rani Rahmayani, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan pada Taman Rekreasi Rindu Sempadan Minas*, (Pekanbaru: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2010), hal. 24

Fasilitas merupakan faktor lain yang diduga mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah pekerjaan sehingga dapat mencapai tujuan tertentu. Apabila suatu objek wisata ditunjang dengan fasilitas yang lengkap dan memadai maka keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata akan semakin tinggi. Sebaliknya apabila suatu objek wisata ditunjang dengan fasilitas yang kurang lengkap maka wisatawan akan cenderung memilih objek wisata yang lain.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan cara yang dilakukan seseorang dalam memenuhi kebutuhan wisatawan dengan mencurahkan segala kemampuan dan keterampilan yang dimilikinya untuk mencapai kepuasan bagi wisatawan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka seorang wisatawan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung lagi. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan maka seorang wisatawan tidak akan melakukan kunjungan ulang.

Lokasi adalah tempat dimana suatu perusahaan didirikan untuk melakukan kegiatan produksi atau penyedia jasa dengan menggarap pasar potensial yang ada. Semakin strategis lokasi suatu objek wisata maka keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan akan semakin besar, sebaliknya jika suatu objek wisata memiliki lokasi yang kurang strategis maka keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan akan semakin kecil.

Keberhasilan suatu objek wisata dapat diukur dengan seberapa banyak jumlah wisatawan yang berkunjung dan seberapa besar nilai ekonomi yang diperoleh. Nilai ekonomi yang didapatkan mampu membangun pertumbuhan ekonomi di daerah objek wisata tersebut.¹³ Jadi keberadaan objek wisata tersebut diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas terlihat bahwa perkembangan industri pariwisata yang semakin pesat diberbagai daerah memunculkan adanya persaingan diantara beberapa objek wisata, sehingga pihak pengelola harus mempunyai strategi yang tepat dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Maka dari itu sangat perlu untuk dicari jalan pemecahannya supaya kedepannya menjadi lebih baik lagi. Bertitik tolak pada permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Makam Bung Karno Blitar”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Era globalisasi yang membuat persaingan bisnis menjadi semakin ketat sehingga pelaku usaha termasuk industri pariwisata dituntut harus bisa

¹³ *Ibid.*, hal. 12

memahami apa yang menjadi kebutuhan dan kendala konsumen/wisatawan.

2. Perkembangan sektor pariwisata yang semakin pesat menjadikan persaingan antar wilayah menjadi semakin kuat dalam mencari calon pengunjung.
3. Munculnya destinasi wisata baru di berbagai wilayah dengan berbagai ide kreatif serta menggali potensi yang ada di wilayahnya masing-masing.
4. Keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor. Jadi seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar?
2. Faktor apakah yang dominan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.
2. Untuk mengetahui faktor yang dominan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan pengetahuan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi pemegang kebijakan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan membantu pihak pengelola objek wisata Makam Bung Karno dalam hal untuk menentukan dasar kebijaksanaan dalam upaya memperbaiki kualitas pelayanan agar lebih baik lagi dalam mengembangkan objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

b. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar serta mengetahui seberapa besar peranan objek wisata khususnya Makam Bung Karno Blitar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

c. Bagi peneliti

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi para peneliti selanjutnya dengan permasalahan yang serupa, dan mampu meningkatkan kualitas penelitian yang akan datang, sehingga dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Batasan penelitian merupakan usaha untuk menetapkan batasan dari masalah penelitian yang akan diteliti. Batasan masalah ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor mana saja yang termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian dan faktor mana saja yang tidak termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian. Karena setelah masalah teridentifikasi tidak semua akan diteliti, jadi pembatasan masalah atau variabel penelitian secara

jelas sehingga dapat ditentukan variabel yang mempengaruhi (independen) dan yang dipengaruhi (dependen).¹⁴

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penulis membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih terfokus dan spesifik. Batasan masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar. Adapun batasan penelitian dalam hal ini yaitu:

1. Dalam penelitian ini meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.
2. Dalam penelitian ini, terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen terdiri dari *city branding* (X_1), harga (X_2), fasilitas (X_3), kualitas pelayanan (X_4), dan lokasi (X_5). Sedangkan variabel dependen adalah keputusan berkunjung wisatawan (Y).
3. Dalam penelitian ini subjek yang diteliti yaitu wisatawan yang melakukan kunjungan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.
4. Dalam penelitian ini objek wisata yang diteliti hanya wisata Makam Bung Karno Blitar.

¹⁴ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), 133.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kekeliruan atau kesalahpahaman dalam mengartikan judul skripsi “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Makam Bung Karno Blitar”, maka perlu adanya definisi istilah secara konseptual dan operasional.

1. Definisi Konseptual

a. *City Branding*

City branding yaitu manajemen citra suatu destinasi melalui inovasi strategis serta koordinasi ekonomi, komersial, sosial, kultural, dan peraturan pemerintah.¹⁵

b. Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.¹⁶

c. Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen.¹⁷ Fasilitas pariwisata yang tepat dipadu pelayanan yang baik oleh pejabat-pejabat yang berurusan dengan wisatawan seperti pejabat pabean, pejabat imigrasi, pejabat kesehatan,

¹⁵ Haris Salampessy, dkk., “Pengaruh *City Branding* terhadap *City Image*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di Kota Ambon”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 9 No. 2, 2015, hal. 157

¹⁶ Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta: BPFE, 1989), hal. 185

¹⁷ Anjar Hari Kiswanto, *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2011), hal. 25

polisi, dan sebagainya sangat menunjang dalam usaha menarik wisatawan.¹⁸

d. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi.¹⁹

e. Lokasi

Lokasi adalah pemilihan suatu tempat yang menentukan suatu usaha produksi atau penyedia jasa berdasarkan pertimbangan tertentu dan sering kali menentukan kesuksesan suatu usaha, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu usaha.²⁰

f. Keputusan Berkunjung Wisatawan

Keputusan berkunjung adalah perilaku konsumen setelah memperoleh informasi mengenai sebuah destinasi wisata yang diinginkan serta proses penilaian dan pengambilan keputusan dengan menetapkan satu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.²¹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar. Adapun dalam

¹⁸ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata Sejarah....*, 119.

¹⁹ Herianto Ari Wibowo dan Moh. Fausi, *Pelayanan Konsumen*, (Yogyakarta: Parama Publishing, 2017), hal. 13

²⁰ Anjar Hari Kiswanto, *Pengaruh Harga, Lokasi....*, hal. 82

²¹ Lita Ayu Wandari, "Pengaruh City Branding Shining Batu Terhadap City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Batu", *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 16 No. 1, 2014, hal. 2

penelitian ini menggunakan lima variabel bebas yaitu *city branding*, harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi. Sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

Penelitian ini menggunakan analisis faktor. Peneliti menggunakan analisis faktor yang dimaksudkan untuk melihat apa saja faktor yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar dan mengelompokkan variabel yang semula lima variabel bebas menjadi lebih sedikit faktor tetapi tetap layak untuk merangkum dari beberapa variabel yang dianalisis tersebut. Dengan demikian dari kelima variabel dirangkum menjadi satu faktor yaitu faktor 1 yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan, dan lokasi.

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama terdiri dari: pendahuluan, terdiri dari: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi. Dalam bab pertama telah dijelaskan hal-hal yang

melatarbelakangi penelitian ini. Selain itu juga telah dijelaskan maksud dan tujuan mengambil penelitian ini. Kemudian diperjelas dengan adanya bab dua, yaitu yang lebih menekankan mengenai penelitian ini.

Bab kedua landasan teori, terdiri dari teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, dan seterusnya, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian. Dalam bab kedua telah dijelaskan mengenai penegasan teori serta penelitian terdahulu mengenai penelitian ini. Selain itu telah dijelaskan juga kerangka konseptual dan hipotesis penelitiannya sehingga dalam bab tiga akan dijelaskan lebih lanjut dari hipotesis penelitiannya yaitu mengenai metodologi penelitiannya.

Bab ketiga metode penelitian, terdiri dari: berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisis data. Dalam bab ketiga telah dijelaskan mengenai metode penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Sehingga dalam bab empat akan dilanjutkan bagaimana implementasi metode penelitian yang telah ditulis dalam bab tiga tersebut.

Bab keempat hasil penelitian, terdiri dari: hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis. Dalam bab ini dijelaskan mengenai hasil penelitian yang selanjutnya pada bab kelima akan dibahas mengenai pembahasan dari hasil penelitian tersebut.

Bab kelima pembahasan, berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data. Di bab ini akan diuraikan secara lengkap mengenai hasil penelitian dan akan disimpulkan pada bab enam.

Bab keenam penutup, terdiri dari: kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

Bagian akhir, terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.

