

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Menurut Mill dan Morison, destinasi wisata terdiri dari banyak bagian yaitu fasilitas infrastruktur, transportasi, dan keramah tamahan. Sedangkan menurut L. Moutinho elemen-elemen penting destinasi wisata dalam menarik wisatawan adalah biaya, daya tarik, fasilitas, peluang perjalanan, pengaturan perjalanan, dan informasi perjalanan. Semua elemen dan atribut tersebut memiliki destinasi wisata yang sama, tetapi dengan cara yang sedikit berbeda, yaitu membuat destinasi cocok dan tersedia bagi wisatawan. Destinasi wisata yang menarik akan mendorong wisatawan untuk meninggalkan tempat tinggal mereka.<sup>2</sup>

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama di wilayah yang memiliki banyak destinasi wisata salah satunya adalah Kabupaten Blitar. Blitar sebagai salah satu kota bersejarah di Indonesia, yang memiliki beragam objek wisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Salah satu destinasi wisata di Blitar yang semakin populer adalah Blitar Park, Blitar Park berlokasi di Jalan Raya Sawahan Pojok, Kecamatan Garum, Kabupaten Blitar, yang merupakan sebuah taman rekreasi yang menawarkan berbagai fasilitas hiburan keluarga dan atraksi wisata menarik. Blitar Park memiliki berbagai fasilitas wahana

---

<sup>2</sup> Hery Sigit Cahyadi, *Dasar-Dasar Pembangunan Destinasi Pariwisata* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), hlm. 5

bermain keluarga antara lain; *Octopus, Cinema 5D, Bom Bom Car, Dragon Coaster, Kora-Kora, Jump Frog, Playground, Aquatech, Playland, Sepeda Air, Sepeda Udara, Carousel, Rainbow Slide, Jembatan Goyang, Trampolin, Kolam renang anak, Kolam renang dewasa, Sky Swinger, Sakura Swing, Thomas Train, Disco Ride, Bom Bom Car Air, Mini Outbond, Magic Sand, Perahu Gondola, Lorong Pelangi, dan Area spot foto*. Dan wahana yang baru dibuka antara lain; *Paratroper, Brave Turntable, Indoor Theme Park, Outbond Area, Rumah Angker, dan Bob Train*. Semua wahana tersebut sudah gratis dengan tiket masuk area Blitar Park, selain itu ada juga wahana yang bebayar di antara lain; *Go Kart, Ular Raksasa, Terapi Ikan, dan Gamezone*, Dengan harga 40 ribu sudah bisa menaiki 28 wahana dan 50 ribu untuk tiket terusan plus *free* 36 wahana termasuk wahana baru.

Dalam hal ini persaingan antar destinasi menjadi semakin ketat, loyalitas pengunjung menjadi faktor dalam menjaga keberlanjutan dan keberhasilan destinasi wisata. Persaingan yang semakin berkembang dalam bidang pariwisata sangat pesat diikuti berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga memiliki pengaruh pada setiap perusahaan dan lingkungannya yang menyebabkan suatu perusahaan harus memperhatikan loyalitas pelanggan terutama citra perusahaan dan kualitas pelayanan. Semakin banyak perusahaan yang memiliki komitmen untuk menjaga loyalitas pelanggan. Selain itu, banyak perusahaan menyadari pentingnya loyalitas pelanggan, maka perusahaan harus mampu mewujudkan atau

memberikan berbagai macam strategi agar mempertahankan pelanggannya.<sup>3</sup>

Salah satu faktor yang sangat penting bagi sebuah destinasi wisata adalah loyalitas pengunjung dimana hal tersebut penting untuk dipelihara karena pengunjung yang loyal cenderung melakukan kunjungan ulang, merekomendasikan destinasi kepada orang lain dan memberikan citra positif terhadap destinasi tersebut. Loyalitas pengunjung sangat penting karena mempertahankan pengunjung berarti meningkatkan keuangan serta mempertahankan keberlangsungan hidup destinasi wisata sehingga tidak heran apabila suatu destinasi berusaha keras menjaga hubungan baik dan mempertahankan pengunjungnya. Loyalitas memiliki keterkaitan dengan faktor kepuasan pengunjung dan kepuasan pengunjung memiliki hubungan dengan citra destinasi. Menciptakan citra positif menjadi keharusan sebuah destinasi hal ini secara langsung mempengaruhi loyalitas pengunjung.<sup>4</sup>

Citra destinasi adalah salah satu aspek penting yang harus dimiliki oleh Blitar Park karena citra destinasi merupakan persepsi atau pandangan wisatawan terhadap destinasi yang mereka kunjungi. Citra ini terbentuk dari berbagai elemen seperti daya tarik wisata, keunikan budaya, kualitas, fasilitas, dan suasana di destinasi tersebut. Sebuah destinasi yang positif

---

<sup>3</sup> Oryz Agnu Dian Wulandari dkk, *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Pengunjung di Owabong Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi*, Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 8, No. 1 2019

<sup>4</sup> Naomi Kamal Gusman, *Pengaruh Citra Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung dan Implikasinya Pada Loyalitas Pengunjung di Tamansari Gua Sunyargi*, (Bandung: Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia, 2020), hlm. 1

mampu menarik lebih banyak pengunjung atau mendorong mereka untuk kembali berkunjung. Citra destinasi yang kuat tidak hanya mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi, tetapi juga membentuk ekspektasi dan keputusan yang mereka rasakan selama kunjungan. Meskipun Blitar Park memiliki potensi besar sebagai destinasi unggulan, tantangan dalam menjaga kualitas layanan yang konsisten dan memperkuat citra destinasi menjadi penting untuk mempertahankan loyalitas pengunjung, pengunjung yang loyal tidak hanya akan kembali berkunjung, tetapi juga merekomendasikan Blitar Park kepada orang lain.

Citra destinasi menjadi salah satu faktor dalam membentuk persepsi dan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata. Menurut Echtner dan Ritchie, citra destinasi mencakup dimensi fungsional dan psikologis, serta terbentuk melalui informasi yang diterima dan pengalaman yang dirasakan. Citra yang positif mampu meningkatkan daya tarik destinasi, menciptakan pengalaman yang berkesan, dan mendorong loyalitas pengunjung.<sup>5</sup> Agar pengembangan destinasi pariwisata dapat memenuhi kebutuhan wisatawan, penting untuk memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan, sebagai pengguna layanan pariwisata, dapat dinilai dari kesan menyeluruh yang wisatawan rasakan. Hal ini berkaitan erat dengan kualitas pengalaman yang diperoleh selama mengunjungi destinasi tersebut. Jika

---

<sup>5</sup> Charlotte M. Echtner & J.R. Brent Ritchie, *The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment*. Journal of Travel Research, 31(4) 1993, 3-13

suatu destinasi dikembangkan dengan baik, hal ini dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, yang mendorong wisatawan kembali berkunjung atau memberikan rekomendasi kepada orang lain. Tindakan wisatawan setelah kunjungan ini dikenal sebagai bentuk loyalitas wisatawan.<sup>6</sup>

Selain itu kualitas layanan juga memegang peran penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif. Kualitas layanan yang baik mencakup keramahan staf, kecepatan dalam melayani, kenyamanan fasilitas, serta kemampuan destinasi untuk memenuhi harapan pengunjung. Ketika pengunjung merasakan pelayanan yang berkualitas, mereka cenderung merasa puas dan lebih mungkin untuk menjadi pelanggan yang loyal. Beberapa ulasan yang ditulis oleh pengunjung Blitar Park mengungkapkan pelayanan oleh karyawan yang kurang ramah, fasilitas yang kurang nyaman dan kurangnya pelayanan yang didapatkan oleh pengunjung, sehingga pengunjung yang mendapatkan hal tersebut merasa tidak mau kembali lagi ke destinasi.

Kualitas layanan merupakan aspek penting dalam keberhasilan destinasi wisata. Layanan yang baik tidak hanya memengaruhi kepuasan wisatawan, tetapi juga berperan dalam menciptakan loyalitas dan promosi dari mulut ke mulut. Kualitas layanan menjadi perhatian utama pemerintah daerah dan pengelola objek wisata. Mengingat wisatawan lokal dan mancanegara memiliki ekspektasi yang beragam, maka penting bagi

---

<sup>6</sup> Asya Hanif dkk, *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kota Batu)*, Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya 38 (1) 2016, 44-52

pengelola untuk menerapkan standar layanan yang konsisten dan profesional, naik dari aspek fasilitas fisik maupun interaksi personal. Layanan yang baik juga menjadi penentu dalam pembentukan citra destinasi yang positif di mata wisatawan. Menurut Parasuraman dkk, kualitas layanan adalah persepsi yang muncul dari perbandingan antara harapan dan kenyataan layanan yang diterima. Dalam sektor pariwisata, dimensi kualitas seperti keandalan, ketanggapan, dan empati sangat menentukan pengalaman pengunjung.<sup>7</sup> Pengunjung yang merasa puas dengan kualitas layanan yang mereka terima cenderung akan menjadi pengunjung yang loyal, terus menggunakan layanan tersebut, dan merekomendasikannya kepada orang lain. Selain itu, kualitas layanan yang konsisten dan sesuai dengan harapan pengunjung dapat menciptakan ikatan emosional dan kepercayaan yang kuat antara pengunjung dan penyedia jasa, yang merupakan fondasi utama terbentuknya loyalitas pengunjung.<sup>8</sup>

Kunjungan wisatawan ke Blitar Park meningkat pada saat musim liburan atau *High Season*. Dalam sehari bisa sampai 28 rombongan dari berbagai daerah di Jawa Timur dari rombongan tersebut rata-rata jumlah wisatawan bisa mencapai 2000. Namun saat hari biasa yang bukan merupakan masa liburan sekolah rata-rata wisatawan yang berkunjung sekitar 200-600 dalam sehari pada *weekdays*.

---

<sup>7</sup> A Parsu Parasuraman dkk, *SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*, Journal of Retailing, 64(1) 1988, 12-40

<sup>8</sup> I Made Meta Agistia, I Nyoman Nurcaya, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No.1, 2019, 7219-7252

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatimah menunjukkan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali.<sup>9</sup> Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Indri Hastuti Listyawati menunjukkan bahwa fasilitas wisata, citra destinasi, dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan.<sup>10</sup> Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Selvy Normasari, dkk menunjukkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.<sup>11</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Citra Destinasi dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Objek Wisata Blitar Park”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dapat diidentifikasi yaitu banyak saingan bisnis pariwisata pada bidang serupa membuat persaingan semakin ketat. Loyalitas sering dipengaruhi oleh citra destinasi atau persepsi pengunjung pada suatu destinasi dan kualitas layanan, sehingga kedua hal tersebut perlu di tingkatkan.

---

<sup>9</sup> Siti Fatimah, *Analisis Pengaruh Citra Destinasi dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali*, Majalah Ilmiah Bahari Jogja (MIBJ) Vol. 17, No. 2 Juli 2019, hlm. 29

<sup>10</sup> Indri Hastuti, *Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan*, JBMA Vol. VI, No. 2 September 2019, hlm.35

<sup>11</sup> Selvy Normasari dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 6, No. 2 2013

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Blitar Park?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Blitar Park?
3. Apakah citra destinasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Blitar Park?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Blitar Park.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pengunjung objek wisata Blitar Park.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Blitar Park.

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat mengetahui keterkaitan antara citra destinasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pengunjung

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat memperluas wawasan dan pengetahuan, serta sebagai referensi dalam bidang ilmu pariwisata yang berkaitan citra destinasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

### b. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan evaluasi bagi Blitar Park untuk meningkatkan citra destinasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pengunjung.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan citra destinasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pengunjung.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

### 1. Ruang Lingkup

Ruang Lingkup pembahasan dalam penelitian ini mengenai variabel bebas yaitu citra destinasi dan kualitas layanan dan variabel terikat berupa loyalitas pengunjung. Objek penelitian ini yaitu Blitar Park.

## 2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah memfokuskan pada seberapa besar pengaruh variabel citra destinasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Blitar Park.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Citra Destinasi

Menurut Hailin citra destinasi merupakan sebagai keyakinan , pandangan serta pengetahuan mengenai suatu tujuan wisata dan apa yang dirasakan oleh penghunung selama berwisata.<sup>12</sup>

#### b. Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono kualitas layanan yaitu upaya untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari konsumen, juga kepuasan dari pelanggan tersebut.<sup>13</sup>

#### c. Loyalitas Pengunjung

Menurut Griffin karakteristik pelanggan yang loyal adalah orang yang melakukan pembelian berulang secara teratur, membeliantar lini produk dan jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan menunjukan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Qu, Kim, and Im

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi, 2014), hlm 282

<sup>14</sup> Nurul Qomariah, *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung*, (Jember: CV Pustaka Abadi, 2017), hlm 36

## 2. Definisi Operasional

### a. Loyalitas Pengunjung

Loyalitas pengunjung mengacu pada keinginan pengunjung untuk kembali ke destinasi yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain, dan menolak ditawarkan produk lain.

### b. Citra Destinasi

Citra destinasi merupakan pandangan atau persepsi wisatawan pada destinasi yang mereka kunjungi. Citra destinasi dapat diukur dengan indikator citra kognitif (*cognitive image*), citra unik (*unique image*), citra afeksi (*affective image*).

### c. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu layanan yang mampu memenuhi keinginan atau harapan pengunjung. Kualitas layanan dapat diukur menggunakan indikator reabilitas (keandalan), daya tanggap, jaminan (*Anssurance*), empati, bukti fisik.

## H. Sitematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan skripsi disajikan dalam 6 (enam) bab yang didalamnya terdapat beberapa sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. Sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, berisi latar belakang, identifikasi masalah rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

BAB II Landasan Teori, berisi teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian, berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian, berisi deskripsi data, dan pengujian hipotesis.

BAB V Pembahasan Hasil Penelitian, berisi penjelasan mengenai data penelitian yang merupakan jawaban dari hipotesis dan hasil analisisnya.

BAB VI Penutup, berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang berguna bagi pembaca dari hasil penelitian yang dilakukan.