

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan sektor pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, dan mengatasi pengangguran. Pembangunan pariwisata yang bermuara kepada tujuan tersebut, pada dasarnya tidak terlepas dari peran serta masyarakat dan pemerintah daerah sebagai regulator. Peran tersebut dapat diimplementasikan ke dalam berbagai bentuk usaha pelayanan jasa pariwisata.¹ Pariwisata di Indonesia merupakan lahan yang sangat menjanjikan dalam perekonomian dan telah menjadi industri yang sangat populer, oleh karena itu pengaruh dan keuntungan yang ditimbulkan juga sangat besar. Maka dari itu, daerah-daerah di Indonesia mulai mengembangkan objek wisata yang dimiliki oleh suatu daerah tersebut, agar memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri sehingga dapat di jadikan sebagai daerah tujuan wisata.

Lubuklinggau memiliki beberapa objek wisata seperti bukit sulap, museum subkos garuda, masjid agung As-Sallam, Watervang, dan air terjun Temam.

Berikut tabel 1.1 jumlah kunjungan wisatawan asing dan domestic ke beberapa objek wisata di kota Lubuklinggau 2013- 2018.

¹Yuyun mardiyanti dan murwati ningsih “*pengaruh fasilitas dan promosi kepuasan berkunjung melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata kota semarang*” vol 1, maret 2015.

**Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Asing Dan Domestic Di Kota
Lubuklinggau, Tahun 2013 -2018.**

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Total
2013	452	148,403	148,855
2014	635	149.671	150.306
2015	635	149.499	150.134
2016	927	158.372	159.299
2017	612	155.182	155.894
2018	185	65.8578	65.763

Sumber : Dinas kebudayaan dan pariwisata kota Lubuklinggau, 2019.

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke kota Lubuklinggau mengalami ketidakstabilan. Pengunjung yang paling banyak terjadi pada tahun 2016 dengan jumlah 159,299 orang, Hal itu terjadi karena pada tahun 2016 pemerintah kota Lubuklinggau mempromosikan “logo Ayo Ngelong ke Linggau” dan mendapatkan rekor muri dengan memposting logo pada sosial media terbanyak. Pengunjung yang paling sedikit pada tahun 2018 hanya sebesar 65,763 pengunjung hal ini terjadi dikarenakan data tahun 2018 ini hanya di hitung sampai bulan Juli.

Air terjun Temam merupakan salah satu wisata yang cukup terkenal dikota Lubuklinggau, tepatnya di Kelurahan Rahma, 11 kilometer dari pusat kota Lubuklinggau, Propinsi Sumatera Selatan. Satu hal yang menarik dari air terjun Temam adalah bentuknya yang mirip dengan air terjun Niagara yang ada di perbatasan Amerika dan Kanada.²

²<https://www.wisatakita.com/wisata/Sumatera.Selatan/Lubuk.Linggau/Air.Terjun.Temam>
Keindahan, di akses pada tanggal 2 april 2019

Berikut tabel 1.2 jumlah pengunjung objek wisata Air terjun Temam kota Lubuklinggau Tahun 2019 dari bulan Februari Sampai bulan Juli.

Tabel 1.2

Data pengunjung obejek wisata air terjun Temam dari bulan Februari sampai Juli Tahun 2019.

Bulan	Jumlah pengunjung
Februari	5212
Maret	5171
April	5724
Mei	2264
Juni	19.991
Juli	6508
Total	44.870

Sumber : Objek wisata air terjun temam 2019.

Berdasarkan tabel 1.2 wisatawan yang berkunjung ke objek wisata air terjun Temam mengalami ketidakstabilan. Pengunjung paling sedikit terjadi pada bulan Mei sebesar 2264 orang, karena bulan Mei saat itu merupakan bulan suci Ramadhan jadi hanya sedikit orang yang akan berkunjung. Kunjungan terbanyak terjadi pada bulan Juni sebesar 19.991 orang, hal itu terjadi karena bulan Juni merupakan liburan yang panjang maka banyak orang berekreasi ke objek wisata air terjun Temam. Penurunan yang sangat drastis dari bulan Juni ke bulan Juli terjadi karena orang-orang lebih banyak berkunjung pada awal bulan karena pada pertengahan bulan Juli liburan telah selesai dan akan kembali bekerja dan sekolah.

Objek wisata air terjun Temam ini sudah ada sejak lama namun hanya di kelola oleh masyarakat sekitar dan diteruskan oleh Dinas Pariwisata. Pada tahun 2013 baru diresmikan oleh pemerintah kota Lubuklinggau, dengan menambahkan fasilitas berupa *waterpark*, pusat pembelian oleh-oleh, lahan parkir yang lebih luas dan tempat bermain anak-anak. Awal Januari tahun 2019 objek wisata air terjun Temam diambil alih oleh PT. Linggau Bisa.

Kepuasan merupakan harapan dari suatu produk atau jasa yang kita beli apakah produk itu benar-benar sesuai dengan apa yang kita harapkan. Peranan kepuasan pelanggan sangatlah penting, semakin tinggi tingkat kepuasan maka semakin tinggi pula orang tersebut akan merekomendasikan dan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa tersebut.³ Oleh karena itu pengelola objek wisata air terjun Temam selalu memberikan yang terbaik kepada wisatawan agar mereka merasa puas setelah berkunjung ke objek wisata air terjun Temam.

Pengambilan keputusan adalah suatu pemecahan masalah dari suatu produk atau jasa.⁴ Objek wisata air terjun Temam bergerak dibidang jasa pengelola harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung.

Berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan kunjungan ke objek wisata air terjun temam ini, biasanya pengunjung

³Ibid, Yuyun Mardiyanti dan Murwatiningsih.

⁴ Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Rustiarini dan Ni Putu Nita Anggraini. Pengaruh lokasi, fasilitas, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi pada pasar seni guwang sukawati). Vol.11, No.1. 28 Februari 2016

selalu mempertimbangkan fasilitas yang dirasakan, promosi yang menarik dan harga tiket yang terjangkau bagi pengunjung sebelum memutuskan untuk berkunjung ke objek wisata air terjun Temam.

Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen berkunjung ke objek wisata air terjun Temam ini yaitu fasilitas. Fasilitas adalah sesuatu yang disediakan baik berupa kelengkapan produk atau pelayanan jasa, dengan kenyamanan dan kelengkapan akan membuat orang memutuskan berkunjung ke objek wisata air terjun Temam.⁵ Fasilitas yang di sediakan objek wisata air terjun Temam berupa *waterpark*, tempat beribadah, taman bermain anak, dan pusat penjualan oleh-oleh. Fasilitas yang lengkap dan nyaman dapat memberikan daya tarik konsumen untuk berkunjung ke objek wisata air terjun Temam dan merasa puas dengan apa yang telah disediakan.

Objek wisata air terjun Temam ini merupakan objek wisata yang terkenal di kota Lubuklinggau, hal ini pun tak luput dari promosi yang dilakukan melalui media sosial dan papan iklan. Promosi adalah suatu proses pemberitahuan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada calon konsumen.⁶ Promosi yang tinggi akan meningkatkan daya tarik untuk berkunjung ke objek wisata air terjun Temam dan apabila pengunjung merasa puas maka mereka akan berkunjung kembali apalagi dengan harga tiket yang cukup terjangkau.

⁵ Sudarwati, Eny Kustiya, Atika Fikri. *Pengaruh lokasi, Fasilitas,dan pelayanan, terhadap keputusan berkunjung di taman satwa taru jurug Solo*. Jurnal manajemen bisnis Indonesia Vol. 4 Nomor 2, Februari 2017.

⁶ Cici safitri dan Ida maftukhah. Pengaruh kualitas layanan, promosi dan citra destinasi terhadap kepuasan melalui keputusan pengunjung. *Management analysis journal* 6 (3) (2017)

Harga adalah nilai dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.⁷ Harga tiket untuk masuk ke objek wisata air terjun Temam relatif terjangkau hanya sebesar Rp 2000 perorang dan parkir untuk motor hanya Rp 3000 sedangkan untuk parkir mobil Rp 5.000 dan wisatawan pun juga bisa bebas membawa bekal sendiri tanpa harus membeli makanan di objek wisata air terjun Temam.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *research gap* dari variabel independen dan variabel intervening yang mempengaruhi kepuasan berkunjung, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.3
Research gap Fasilitas terhadap Kepuasan.

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan	Terdapat pengaruh positif antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung.	1. Yoan Laura 2. Yulizar Kasih 3. Charisma Ayu Pramudita (2018) ⁸
	Tidak terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung	1. Siti rahma 2. Wahyu Sri Haryani 3. Teguh Satya Wira (2018) ⁹

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber 2019.

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan yang diteliti oleh Yoan Laura Angelia, Yulizar Kasih, dan Charisma Ayu Pramudita menunjukkan bahwa

⁷ Mat Amin, Hamdan, dan Ahmad Yani. *Pengaruh kualitas layanan, kebijakan harga dan promosi terhadap keputusan konsumen serta dampaknya pada kepuasan konsumen. Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang, Vol 1, No. 2, Edisi Des 2018, hal 58-78*

⁸ Yoan Laura, Yulizar Kasih, dan Charisma Ayu Pramudita. *Pengaruh kualitas pelayanan harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan waterpark danau tanah mas Palembang. Jurnal 2018*

⁹ Siti Rahmah, Wahyu Sri Haryani, dan Teguh Satya Wira. *Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada hairos Water park Medan. Jurnal. 2018*

fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahma, Wahyu Sri Haryani, dan Teguh Satya wira menunjukkan fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Tabel 1.4
Research gap Promosi terhadap kepuasan pengunjung

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh promosi terhadap kepuasan	Terdapat pengaruh positif antara promosi terhadap kepuasan pengunjung.	Kurniawan Alam Syah Effendi Harahap (2014) ¹⁰
	Tidak terdapat pengaruh antara promosi terhadap kepuasan pengunjung	Imam Faizal(2017) ¹¹

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber 2019.

Pengaruh promosi terhadap kepuasan yang diteliti oleh Kurniawan Alam Syah Effendi Harahap menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan penelitian yang dilakukan Imam Faizal menunjukkan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

¹⁰ Kurniawan Alam Syah Effendi. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan Promosi terhadap Kepuasan pengunjung di museum Ronggowarsito Semarang*. Jurnal. 2014.

¹¹ Imam Faizal. *Analisis pengaruh fasilitas, promosi dan citra destinasi terhadap kepuasan (studi pada pengunjung obyek wisata brujul adventure park kebumen)*. Jurnal. 2017

Tabel 1.5
Research gap Harga terhadap Kepuasan.

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga terhadap kepuasan	Terdapat pengaruh positif antara harga terhadap kepuasan pengunjung.	Florentina Anna Triant Pertiwi (2018) ¹²
	Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pengunjung	Adi Irawan (2017) ¹³

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber 2019.

Pengaruh harga terhadap kepuasan yang diteliti oleh Florentina Anna Triant Pertiwi menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Adi Irawan menunjukkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Tabel 1.6
Research gap Fasilitas terhadap Keputusan

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh fasilitas terhadap keputusan	Terdapat pengaruh positif antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung.	1. Agus Wahyudi Salasa Gama 2. Ni Wayan Rustiarini 3. Ni Putu Nita Anggraini (2016) ¹⁴
	Tidak terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung	1. Isnana 2. Iranita 3. Myrna Sofia (2019) ¹⁵

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber 2019.

¹² Florentina Anna Trian Pratiwi. *Pengaruh Harga Fasilitas wisata dan atraksi wisata terhadap kepuasan konsumen objek wisata Konservasi (studi pada pengunjung taman safari Indonesia II Prigen, Pasuruan)*. Skripsi. (Unicersitas Sanata Dharma Yogyakarta 2018).

¹³ Adi Irawan. *Analisis pengaruh daya tarik wisata, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada objek wisata teluk kiluan)*. Jurnal 2017

¹⁴ Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Rustiarini, Dan Ni Putu Nita Anggraini. *Pengaruh lokasi, fasilitas, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi pada pasar seni guwang sukawati)*. Vol.11, No.1. 28 Februari 2016

¹⁵ Isnana, Iranita, dan Myrna Sofia. *Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung di new marjoly beach and resort dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening*. 2019

Pengaruh fasilitas terhadap keputusan yang diteliti oleh Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Rustiarini dan Ni Putu Anggraini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung sedangkan penelitian yang di lakukan oleh Isnana, Iranita dan Myrna Sofia menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan.

Tabel 1.7
Research gap Promosi terhadap Keputusan

Pengaruh Promosi terhadap keputusan	Hasil penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif antara promosi terhadap keputusan berkunjung.	1. Bagas Aji Pamungkas 2. Siti Zuhroh (2016) ¹⁶
	Tidak terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan berkunjung	1. Ahmad Gusful 2. Bagus Prasetyo (2015) ¹⁷

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber.

Pengaruh promosi terhadap keputusan yang diteliti oleh Bagas Aji Pamungkas dan Siti Zuhroh menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Gusful dan Bagus Prasetyo menunjukkan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan.

¹⁶ Bagas Aji Pamungkas dan Siti Zuhroh. *Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada kedai bontacos, jombang)*. Komunikasi, Vol. X No. 02, September 2016: 145-160

¹⁷ Ahmad Gusful dan Bagus Prasetyo. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung di taman rekreasi kalianget wonosobo. *Volume 10 No. 1, Januari 2015*

Tabel 1.8
Research gap Harga terhadap Keputusan

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga terhadap keputusan	Terdapat pengaruh positif antara harga terhadap keputusan berkunjung.	1. Adril Jordan Anggono 2. Sunarti (2018) ¹⁸
	Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan berkunjung	Ismiyati(2016) ¹⁹

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber 2019.

Pengaruh harga terhadap keputusan yang diteliti oleh Adril Jordan Anggono dan Sunarti menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ismiyati menunjukkan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan.

Jadi dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa setiap penelitian hasilnya tidak selalu berpengaruh, pasti ada saja penelitian yang tidak berpengaruh. Hal ini juga di perkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian terdahulu.

Berdasarkan latar belakang di atas maka judul penelitian ini **Pengaruh Fasilitas, Promosi, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung dengan Keputusan Berkunjung sebagai Variabel intervening pada Objek Wisata Air Terjun Temam Kota Lubuklinggau.**

¹⁸ Adril Jordan Anggono dan Sunarti. *Pengaruh harga dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang, Kota Batu)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 61 No. 3 Agustus 2018

¹⁹ Ismiyati. *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi sendratari ramayana prambanan di prambanan*. JPSB Vol.4 No.1, 2016

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau ?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau ?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau ?
4. Bagaiman pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau ?
5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau ?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau ?
7. Bagaimana pengaruh fasilitas, terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubukilinggau?
8. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubukilinggau?
9. Bagaimana pengaruh dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubukilinggau?

10. Bagaimana pengaruh fasilitas, promosi, dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau
5. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau
6. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau
7. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau

8. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubukilinggau?
9. Untuk mengetahui pengaruh dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubukilinggau
10. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, promosi, dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun Temam kota Lubukilinggau

D. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat bagi penulis

Sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh serta untuk membandingkan antara teori yang diperoleh selama kuliah dan praktik lapangan, dan juga untuk menambah wawasan yang berkaitan dengan objek wisata air terjun temam ini.

- 2) Manfaat bagi almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan, menambah ilmu pengetahuan, serta dapat menjadi acuan atau kajian bagi penulis dimasa yang akan datang.

3) Manfaat bagi tempat penelitian

Bagi tempat penelitian di harapkan dapat menjadi masukan untuk sebagai bahan pertimbangan kelebihan atau kekurangan tentang objek wisata air terjun Temam kota Lubuklinggau.

E. Batasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini penulis memberikan batasan masalah sehingga pembahasan yang akan dilakukan tidak menyimpang dan tidak terarah. Pembahasan ini dibatasi pada fasilitas, promosi, dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada objek wisata air terjun temam kota lubuklinggau.