

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Objek wisata menjadi salah satu destinasi yang selalu ramai saat hari libur tiba. Semakin beragam jenis objek wisata yang kian bermunculan, membuat parawisata menjadi lahan bisnis yang sangat menjanjikan. Dengan konsep yang beragam dan suasana yang dibuat semakin kekinian, pariwisata menjadi destinasi seru dan mengasyikan di Bandar Lampung sendiri, mulai bermunculan wisata baru dengan beragam konsep yang didesain nyaman dan unik. Objek wisata yang bermunculan mulai berlomba-lomba untuk menarik minat berkunjung masyarakat baik warga Bandar Lampung maupun luar kota Bandar Lampung.

Banyak sekali wisata yang didirikan di Bandar Lampung, semakin berkembangnya zaman semakin bervariasi/unik tempat wisata tersebut semakin banyak pula masyarakat yang ingin berkunjung. Saat ini masyarakat diresahkan dengan berkembangnya tempat wisata yang akan dipilihnya, karena membingungkan masyarakat sendiri ketika ingin berkunjung ke tempat wisata. Kebanyakan masyarakat memilih tempat wisata yang menarik dan nyaman untuk dikunjungi. Menarik minat calon wisatawan untuk mengunjungi destinasinya kembali merupakan tujuan setiap pengelola harus merancang strategi upaya dalam proses penciptaan *revisit intention*, dimana dalam proses tersebut terdapat tahapan yang harus ditempuh pengelola maupun konsumennya sendiri.

Secara umum *customer experience* merupakan salah satu strategi yang diciptakan pada saat *moment of truth*, yaitu ketika proses pembelian dilakukan oleh konsumen akan berdampak jangka panjang terhadap keputusan berkunjung selanjutnya, sama saja dengan ketika kita pergi berkunjung ketempat wisata kita akan berniat kembali ke tempat wisata tersebut. Banyaknya wisata yang terdapat di Bandar Lampung memiliki tempat yang unik dan semakin membingungkan masyarakat itu sendiri untuk pergi akan memilih tempat wisata mana yang akan dituju.

Dari berbagai objek wisata yang terdaftar di Bandar Lampung, beberapa diantaranya mematok harga yang rendah sampai harga yang tinggi antara lain berkisar Rp. 10.000-Rp. 50.000 dengan kocek yang standar dan pas di kantong semua kalangan, warga Bandar Lampung maupun luar Bandar Lampung dapat menikmati wisata yang telah ditawarkan seperti *sky view*, kolam renang dan kebun binatang yang semuanya ada di kota Bandar Lampung.

Seperti halnya salah satu destinasi wisata di kota Bandar Lampung yang menyuguhkan pengunjung untuk menikmati pemandangan kota dari atas bukit kota, salah satu tempat wisata yang ada di Bandar Lampung adalah Teropong Kota. Bertempat di Jalan Tamin, Pasir Gintung, Kec. Tj. Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, Lampung. Bagi warga Tamin, Bambu Kuning dan sekitarnya tidak asing lagi atau sering disebut Bukit Sindy.

Sesuai dengan namanya yakni Teropong Kota, daya tarik utama pada lokasi ini adalah *view* kota Bandar Lampung dari atas yang bisa dipandang dengan leluasa. Gedung-gedung dan rumah-rumah yang berhimpitan nampak dari bukit ini. Saat ini fasilitas yang tersedia yakni tempat parkir yang cukup luas, tempat kuliner dan tempat nongkrong, live music, toilet dan mushola. Namun fasilitas ini nampaknya akan bertambah karena terlihat di beberapa sudut ada pembangunan yang belum rampung. Ada beberapa spot foto yang dibangun di lokasi ini. Dari informasi yang didapat, nantinya akan ada 10 spot wisata, namun kini baru 6 yang telah rampung.

Dari wawancara peneliti terhadap pihak Teropong Kota, destinasi yang mengusung tema *sky view* ini dikunjungi oleh berbagai kalangan dan juga asal, ada yang datang dari luar Bandar Lampung dan dalam kota. Setidaknya 200-500 orang perhari untuk hari biasa dan akhir pekan atau hari libur lainnya volume pengunjung bisa melebihi angka tersebut. Berikut perkiraan data pengunjung berdasarkan wawancara langsung kepada pihak Teropong Kota dalam tabel yang telah dirangkum oleh peneliti:

**Tabel 1.1 Volume pengunjung Teropong Kota Bandar Lampung
2017-2019**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2017	27000 orang
2.	2018	36600 orang
3.	2019	57600 orang

Sumber: wawancara langsung kepada pengelola Teropong Kota

Pada tabel 1.1 dijelaskan pada tahun pertama awal pembukaan yakni bulan November, Teropong Kota Bandar Lampung belum banyak diketahui eksistensinya sehingga jumlah pengunjung juga belum terlalu ramai. Pada tahun kedua, jumlah pengunjung mengalami kenaikan yang cukup signifikan dikarenakan sudah banyak yang mengetahuinya. Dan pada tahun ketiga, Teropong Kota semakin banyak dikunjungi dan menjadi pilihan untuk menikmati pemandangan indah dari atas bukit. Pada wawancara khusus dengan pengelola Teropong Kota Bandar Lampung, perkiraan banyaknya jumlah pengunjung yang mendatangi Teropong Kota Bandar Lampung didominasi oleh masyarakat luar kota yang penasaran akan indahnya melihat pemandangan kota Bandar Lampung dari atas bukit. Dengan suasana berbeda yang ditawarkan, pengunjung pun disuguhkan dengan *view* yang estetik dan menakjubkan

Untuk objek wisata Teropong kota sendiri dengan harga tiket masuk yang dipatok dengan harga standar dan terbilang murah yaitu Rp.10.000 per orang dan fasilitas yang didapat adalah *sky view* dan *cafe-cafe* yang telah disediakan didesain menghadap langsung ke panorama kota Bandar Lampung dan telah menjadi salah satu tempat tujuan wisata masyarakat. Dengan harga yang ditawarkan minim dan kompetitif membuat masyarakat penasaran, tapi sayangnya masyarakat Bandar Lampung belum banyak yang mengetahui tentang Teropong Kota.

Berikut beberapa ulasan yang didapat dari sumber google oleh peneliti yang menyatakan tentang pengalaman selama berada di Teropong Kota Bandar

Lampung.

Teropong Kota Bukit Sindy

Jl. Tamin, Pasir Gintung, Bandar Lampung City, Lampung

Tulis ulasan

4,3 ★★★★★ 2.707 ulasan

Urutkan menurut: Paling relevan



Muhammad Pranda

5 ulasan · 8 foto

★★★★★ 5 hari yang lalu

enak bnget buat nongkrong, suasana mlm yg indah.. dtmbh lagi ad live music. suka deh.. org Palembang butuh bgt liburan kek beginii.. santai.. santuyy..

Suka



Shinta Amellia

1 ulasan · 1 foto

★★★★★ 4 minggu yang lalu

gak bangeett... masuk per orang bayar 10rb. kita kan mau cari makan malah disuruh bayar duluan. tempatnya biasa aja. mending di diggers. datang jam 21.30 wib, tp banyak yang ga ada menu nya. saya jadi beli mie.. di menu indomie goreng 10rb, indomie telur 15rb. saya beli indomie telur 15rb, pas datang indomie goreng dengan irisan telur dadar yang gak seberapa. baru kali ini pesan indomie telur yg seperti itu.

Suka



Al Aziz

Local Guide · 35 ulasan · 27 foto

★★★★★ 4 hari yang lalu

Masuk lokasi bayar, naik bangunan bayar lagi, bangunan pada berantakan.. pengelola harus lebih cerdas deh kayaknya, kalau gak mau layu sebeljm berkembang

Suka



Muhammad Dzaky

2 ulasan · 2 foto

★★★★★ 3 minggu yang lalu

Tpat tgkrongan yg aman enak dan nyman pkoknya. Pmndgan nya asik. Dr ktggian kt bs mmndang kota bndar Lmpung. Trpong kota bukit Sindy. Mmg ls the bes

Suka

Gambar 1.1 Ulasan Pengunjung (Sumber: *Google*)

Maka dari itu, *Customer Experience* sangat mendukung minat berkunjung kembali pelanggan di suatu tempat baik itu restoran, tempat wisata atau destinasi lainnya yang memungkinkan pelanggan untuk bersikap loyal. Minat berkunjung kembali yang dilatar belakangi oleh beberapa faktor salah satunya pengalaman pengunjung baik respon positif atau negatif. Sejauh ini Teropong Kota memiliki stigma yang beragam, ada yang mengatakan bagus dalam hal *sky view* dan tempat nongkrong yang asyik di malam minggu. Ada juga yang mengatakan pelayanan dan sarana yang belum memadai juga kesan yang

tidak menyenangkan dalam penyajian menu makanan. Hal inilah yang menjadi koreksi bagi Teropong Kota dalam memaksimalkan dan memperbaiki pelayanan untuk pengalaman pelanggan yang berkesan baik guna memunculkan minat berkunjung kembali.

Dari prasurvey yang sudah peneliti lakukan menyatakan bahwa teropong kota bukan tempat yang terlalu menarik untuk di kunjungi kembali walaupun lokasinya sangat strategis karena berada di tengah-tengah kota Bandar Lampung. Banyak faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali pengunjung Teropong Kota yang telah dirangkum oleh peneliti, antara lain pengalaman pengunjung di Teropong Kota. Berdasarkan prasurvey dan ulasan yang telah dipelajari oleh peneliti, ada pengalaman pelanggan yang timbul sebagai respons untuk minat mengunjungi kembali atau tidak destinasi Teropong Kota, maka dari itu penulis bermaksud untuk mengkaji lagi hal tersebut dengan mengambil judul tentang **“Pengaruh *Customer Experience* terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Teropong Kota di Bandar Lampung”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Customer Experience* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata Teropong Kota di Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengunjungi objek wisata Teropong Kota di Bandar Lampung.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *Customer Experience* pada objek wisata Teropong Kota di Bandar Lampung.

3. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Teropong Kota Bandar Lampung.

4. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2019-Februari 2020.

5. Ruang Lingkup Ilmu

Penelitian ini termasuk dalam ruang lingkup ilmu sosial pemasaran, karena pemasaran merupakan kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *Customer Experience* berpengaruh terhadap Minat berkunjung kembali.

1.5 Manfaat Penelitian

Apapun hal yang diteliti oleh peneliti sejatinya tersirat manfaat yang diharapkan pelaku yang ikut serta baik oleh peneliti kepada pengusaha, institusi, maupun pihak-pihak lain yang terkait, yakni:

1. Bagi Penulis

Peneliti berharap dapat memberikan kontribusi lebih terhadap akademis yang nantinya akan melakukan penelitian ini, serta menambah pengalaman, wawasan baru dan mengaplikasikan pengetahuan teori yang diperoleh selama mengemban ilmu di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya.

2. Bagi objek wisata Teropong Kota.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi menarik dan beragam terhadap perusahaan, khususnya dalam manajemen pemasaran objek wisata Teropong Kota. Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga

akan berdampak pada peningkatan penjualan serta strategi yang terimplementasi lebih baik dari sebelumnya.

3. Bagi Institut

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan pengetahuan ilmiah baru bagi IIB Darmajaya sebagai bahan acuan dan pertimbangan dalam penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah penjelasan isi dari setiap Bab, mulai dari Bab I hingga Bab V. Untuk memahami lebih jelas, Laporan Skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Ruang Lingkup Penelitian, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang Definisi, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis penelitian yang telah dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang Jenis penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel, Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Uji Persyaratan Instrumen (uji validitas dan realibilitas), Uji Persyaratan Analisis Data (uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinieritas, uji homogenitas), Metode Analisis Data regresi uji linier sederhana serta pengujian hipotesis, uji t.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai variabel-variabel yang akan diteliti, definisi operasional, jenis dan sumber data, populasi

dan penentuan sampel, metode pengumpulan data dan penujian hipotesis.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dapat diberikan hasil dari penelitian ini.