

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pengalaman terhadap perjalanan wisata secara efektif meningkatkan loyalitas pengunjung terhadap pariwisata. Dalam mendukung ide ini, Huang (2009) menyatakan bahwa penyelenggara wisata dapat meningkatkan gambaran acara melalui berbagai media seperti televisi, media iklan dan sarana propaganda, yang manfaatnya tidak hanya pada pariwisata itu sendiri, tetapi juga lokal *eksposur* dan advokasi serta membantu membentuk *image* positif tujuan turis. Oleh karena itu, secara luas dianggap bahwa penyelenggara melalui perencanaan pemasaran pariwisata secara efektif dapat mempromosikan citra tujuan turis dan dengan demikian mempengaruhi persepsi mereka untuk kembali melakukan kunjungan. Tinjau ulang niat mengacu pada kemauan wisatawan atau berencana untuk mengunjungi tujuan yang sama lagi.

Kesediaan turis meninjau kembali berdasarkan pengetahuan mereka dari pengalaman perjalanan sebelumnya. Penelitian sebelumnya telah menyarankan sekali bahwa kepuasan wisatawan agar ditingkatkan seefektif mungkin, probabilitas wisatawan dari kesediaan meninjau kembali akan pasti meningkat selama interaksi dengan wisatawan dan hal fisik pengalaman yang dicapai akan sangat mempengaruhi kesadaran wisatawan akan kepuasan. Oleh karena itu, tempat wisata tersebut penyelenggaraanya harus lebih tegas untuk memberikan lingkungan yang baik, layanan *perifer*, layanan aktif, dan cara mudah transportasi, dan lain-lain, dalam rangka untuk lebih meningkatkan kepuasan wisatawan.

Citra destinasi merupakan aspek penting untuk keputusan berkunjung yang di dalamnya terdapat perilaku pasca berkunjung. Echtner dan Ritchie (2003:38) mengungkapkan bahwa citra destinasi berperan penting dalam memahami perilaku

wisatawan dalam melakukan perjalanan. Chon's (1990) mengatakan pelanggan yang puas menceritakan hal-hal yang baik tentang merek tersebut kepada orang lain, sedangkan pelanggan yang tidak puas mungkin membuang atau mengembalikan produk tersebut.

Pike (2008:201) mengungkapkan bahwa citra destinasi berperan dan berpengaruh dalam perilaku pembelian dan kepuasan. Citra destinasi merupakan aspek penting untuk keputusan berkunjung yang di dalamnya terdapat perilaku pasca berkunjung. Echtner dan Ritchie (2003:38) mengungkapkan bahwa citra destinasi berperan penting dalam memahami perilaku wisatawan dalam melakukan perjalanan. Chon's (1990) pelanggan yang puas menceritakan hal-hal yang baik tentang merek tersebut kepada orang lain, sedangkan pelanggan yang tidak puas mungkin membuang atau mengembalikan produk tersebut.

Pike (2008:201) mengungkapkan bahwa citra destinasi berperan dan berpengaruh dalam perilaku pembelian dan kepuasan. Pike (2008:205) mengidentifikasi dua komponen dari citra destinasi yaitu : *organic* dan *induced*. *Organic Image* dikembangkan melalui informasi asimilasi individu setiap hari, yang dapat mencakup berbagai media, dari bacaan sekolah, media massa (editorial), serta kunjungan yang sebenarnya. Sedangkan *Induced Image* terbentuk melalui pengaruh promosi pariwisata yang diarahkan oleh pemasar, seperti iklan. Ini biasanya terjadi ketika seseorang mulai mencari sumber informasi untuk liburan. Perbedaan antara *organic image* dan *induced* adalah tingkat pengaruh yang dimiliki oleh pemasar dalam memperkenalkan wisata yang ada. Peran citra destinasi berpengaruh pada persepsi individu seperti yang diungkapkan oleh Gallarza et all (2002) bahwa "citra destinasi secara universal mempunyai peran penting yaitu berpengaruh terhadap persepsi individu dan sebagai akibatnya berpengaruh juga pada perilaku dalam memilih destinasi."

Kepuasan bisa menjadi variabel penting yang mendorong sikap dan perilaku dari konsumen (Petrick, 2004). Oleh karena itu memahami bagaimana kepuasan mempengaruhi sikap dan perilaku terhadap partisipasi menjadi sangat penting untuk penyediaan pengalaman

dan layanan di sebuah *tempat wisata*. Penyelenggara acara dapat mempengaruhi niat perilaku dengan memastikan tinggi tingkat kepuasan dengan organisasi acara. Tingkat kepuasan konsumen merupakan suatu fungsi dari keadaan produk yang sebenarnya dengan keadaan produk yang diharapkan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan akan mempengaruhi aktifitas konsumen berikutnya, rasa puas akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian berikutnya, tetapi jika konsumen merasa tidak puas, konsumen akan beralih ke merek lain.

Dalam literatur pariwisata, kepuasan telah terbukti menjadi prediktor kuat niat perilaku dalam fase pasca-trip ketika individu mengikuti pengalaman perjalanan (Bigné, 2001; Rittichainuwatetal, 2002; Lee et al, 2004). Kepuasan telah terbukti sebagai mediasi dampak kualitas layanan terhadap niat perilaku. Lee et al., (2005) berpendapat, sikap menjadi niat *behavioral*, dan juga dari citra destinasi pada intensif perilaku (Bigné et al, 2001; Dalam konteks olahraga pariwisata, hasil dari sebuah penelitian Kaplanidou dan Vogt (2007) mempelajari turis olahraga aktif menyarankan bahwa kepuasan dengan *tempat wisata* tidak merupakan prediktor signifikan niat untuk meninjau kembali tujuan, meskipun sebagai acara tidak berulang ini mungkin juga telah mempengaruhi perilaku niat wisatawan.

Kota Padang tak henti-hentinya memberikan suguhan dengan pemandangan alam yang indah, sekarang suguhan alam nagari datang dari pesisir pantai bungus teluk kabung. sebuah pulau nancantik tersembunyi yang belum banyak diketahui oleh orang nagari. “pulau pamutusan” masih menanti untuk di jelajahi.

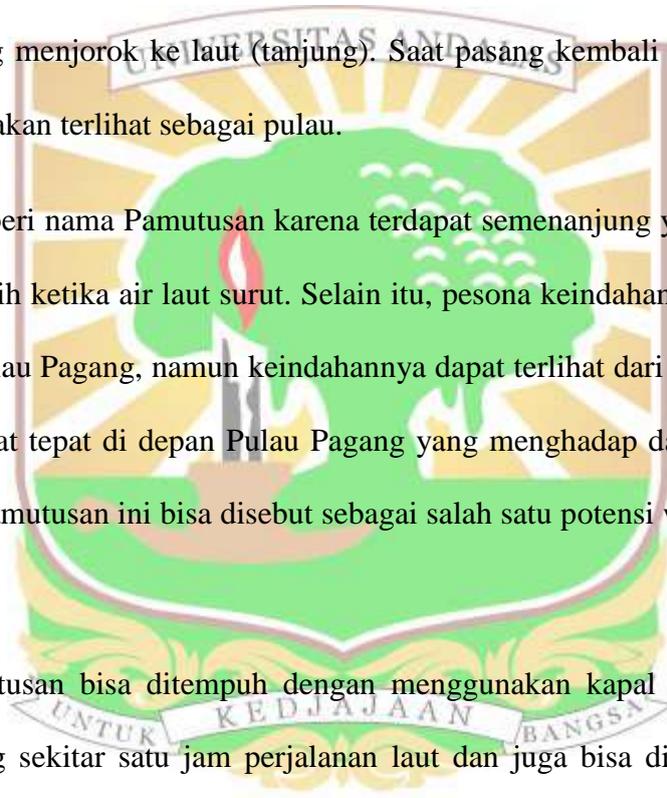
Memang, Sumatera Barat terkenal dengan kawasan yang dikelilingi ratusan pulau kecil yang dihiasi tekstur perbukitan dan biota laut yang mengagumkan. Salah satunya Pulau Pamutusan. Terletak di kawasan Bungus Teluk Kabung, Padang atau sekitar satu jam perjalanan dari Kota Padang, pulau ini dikenal dengan surga tersembunyi yang belum banyak terjamah wisatawan. Pantainya landai dengan pasir putih yang cocok untuk berbagai rekreasi

seperti berenang, menyelam, & berjemur. Terletak di Kelurahan Sungai Pinang, Kecamatan Bungus Teluk Kabung atau sekitar satu jam perjalanan dari Kota Padang, pulau ini dikenal dengan surga tersembunyi yang belum banyak terjamah wisatawan. Terletak 20 km sebelah selatan Padang atau kira-kira 1 jam perjalanan dari kota Padang. Pulau Pamutusan bisa ditempuh dengan menggunakan kapal kecil dari Pelabuhan Muara Kota Padang sekitar satu jam perjalanan laut. Pulau dengan luas 8 hektare ini memiliki pasir putih serta tumbuhan pohon kelapa dan tanaman mangrove serta perbukitan yang masih hijau. Jika beruntung saat pasang surut, pulau ini akan terhubung dengan daratan induk sehingga pulau ini akan terlihat seperti daratan yang menjorok ke laut (tanjung). Saat pasang kembali tinggi, daratan seluas delapan hektare ini akan terlihat sebagai pulau.

Pulau ini diberi nama Pamutusan karena terdapat semenanjung yang berubah menjadi daratan berpasir putih ketika air laut surut. Selain itu, pesona keindahan Pulau Pamutusan ini tidak terdapat di Pulau Pagang, namun keindahannya dapat terlihat dari Pulau Pagang. Bonus keindahan ini terlihat tepat di depan Pulau Pagang yang menghadap daratan Sumatera. Dan yang pasti, Pulau Pamutusan ini bisa disebut sebagai salah satu potensi wisata yang luar biasa di Sumbar.

Pulau Pamutusan bisa ditempuh dengan menggunakan kapal kecil dari Pelabuhan Muara Kota Padang sekitar satu jam perjalanan laut dan juga bisa ditempuh melalui jalur darat melewati kawasan Sungai Pisang yang bisa menempuh waktu satu setengah jam dari kota Padang.

Pulau ini cocok bagi wisatawan penggemar landscape atau fotografer karena banyak terdapat spot-spot cantik dengan hamparan pemandangan nan asri dan indah, walaupun ditempuh dengan sedikit tracking untuk mencapai puncak bukitnya.



Selain itu, biota ikan hias dan terumbu karang yang terdapat di dalam laut di sekitar pulau ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi penggemar snorkling. Nah, untuk melepas kepenatan setelah berwisata, terdapat sebuah cottage yang bisa disinggahi dan bersantai menikmati pemandangan alam pulau-pulau kecil yang menghampar di depannya.

Dari survey yang peneliti lakukan pada tahun 2015, kekayaan yang dimiliki pulau ini dapat memberikan kontribusi besar terhadap masyarakat sekitar, tidak akan berpotensi jika tidak begitu besarnya perhatian pemerintah terhadap wisata ini. Lu (2013) menyatakan citra destinasi dan kepuasan wisatawan juga berpengaruh positif terhadap intensi berkunjung. Penulis juga berharap dengan semakin besarnya potensi yang dimiliki Pulau Pamutusan dapat menarik banyak wisatawan lokal bahkan mancanegara untuk melakukan kunjungan berulang.

Lee et al. (2012) menyatakan semakin tingginya daya tarik dari destinasi akan mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung berulang-ulang kali. Hasil penelitian Kaplanidou dan vogt (2007) yang menyatakan bahwa destinasiya terlebih dahulu dirasakannya melalui kepuasan oleh pengunjung dari wisata secara keseluruhan. Dari kepuasan yang dirasakan akan menciptakan daya tarik kunjungan kembali yang berulang dari para pengunjung. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan, maka semakin tinggi niat kunjungan yang akan dilakukan pada periode berikutnya, serta niat untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan, maka perlu di lakukan analisis mengenai **"Pengaruh Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan terhadap Intensi Berkunjung pada Wisata Pulau Pamutusan SUMBAR"**.

1.2.Rumusan Masalah

Masalah penelitian yang di kembangkan di sini adalah faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi intensi berkunjung pada wisata pulau tersebut. Terdapat dua sub variabel yaitu variabel citra destinasi dan kepuasan wisatawan. Maka dari itu dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Citra Destinasi mempengaruhi Kepuasan Wisatawan?
2. Bagaimana Kepuasan Wisatawan mempengaruhi Intensi Berkunjung?
3. Bagaimana Citra Destinasi mempengaruhi Intensi Berkunjung?

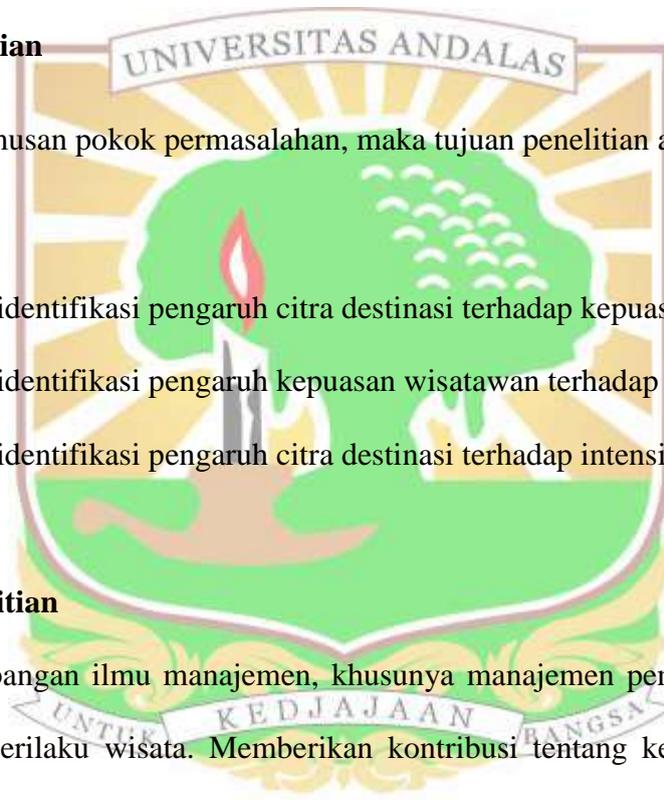
1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pokok permasalahan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh kepuasan wisatawan terhadap intensi berkunjung
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh citra destinasi terhadap intensi berkunjung

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran, melalui citra destinasi, dan perilaku wisata. Memberikan kontribusi tentang keterkaitan antara citra destinasi serta kepuasan wisatawan terhadap intensi berkunjung.
2. Bagi Pihak Pemerintah, penelitian ini dapat membantu Pemerintah Daerah Provinsi Sumatera Barat/Kabupaten/Kota menjadikan pengembangan pariwisata sebagai alat promosi, sehingga mampu menarik wisatawan lokal bahkan mancanegara dan para investor.



3. Bagi masyarakat, dengan penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi masyarakat agar masyarakat dapat sadar terhadap kebersihan lingkungan sehingga mendorong para wisatawan untuk melakukan kunjungan jangka panjang.

