

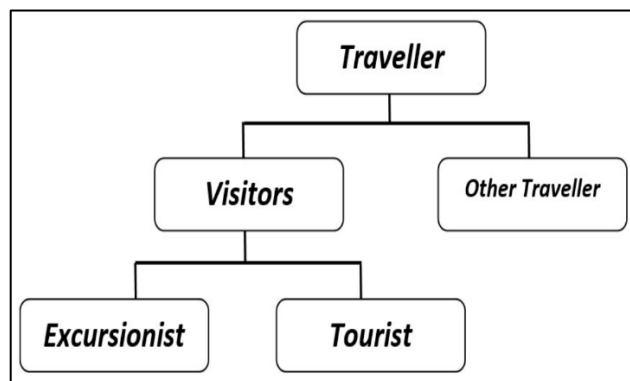
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terletak di antara Samudra Hindia dan Pasifik, memiliki kekayaan alamnya yang tak tertandingi, dengan luas wilayah 1,904,569 km² dan garis pantai 54.716 km yang menjadikan Indonesia sebagai destinasi unik yang menawarkan keindahan alam yang beragam dan kekayaan budaya yang memikat (RRI, 2024). Sumber daya alam Indonesia sangat kaya, yang terdiri dari daratan dan lautan. Hal ini sangat dapat menguntungkan jika dikelola dengan benar dan berkelanjutan. Penciptaan destinasi wisata adalah salah satu cara untuk mendayagunakannya untuk menarik para wisatawan.

Dikutip dari laman *KBBI Daring*, kbbi.kemdikbud.go.id, arti dari kata wisatawan adalah orang yang berwisata, pelancong, turis. Berdasarkan adanya awalan ber- pada kata 'berwisata', dapat dipahami bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Seseorang yang melakukan perjalanan menuju lokasi geografis yang berbeda dengan berbagai tujuan dan waktu yang bermalam selama satu hari disebut sebagai wisatawan (UNWTO, 2019). Biasanya wisatawan mereka tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis, dan tujuan lain, bukan untuk melakukan aktivitas yang menghasilkan pendapatan di tempat yang dikunjungi. Sementara itu, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 mendefinisikan wisatawan sebagai orang yang melakukan kegiatan pariwisata.



Gambar 1 Keterkaitan Antara Wisatawan, *Traveller*, *Visitors*, dan *Excursionist*

Sumber: pemasaranpariwisata, 2023

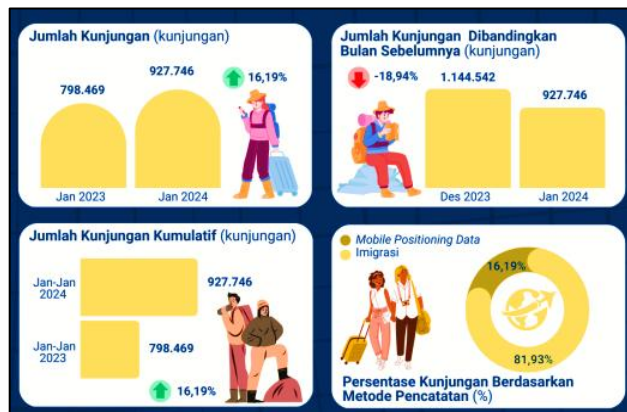
Dikutip dari Pemasaran Pariwisata (2023) konsep wisatawan dan keterkaitannya dengan konsep lainya yang hampir sama dan saling terkait. *Traveller* (Pelaku Perjalanan) adalah orang yang melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain untuk tujuan apa pun dan selama apa pun. *Traveller* dapat dibagi menjadi dua macam yaitu pengunjung (*visitors*) dan pelaku perjalanan lainnya (*other traveller*), yang tidak terkait dengan perjalanan wisata. Pengunjung (*visitors*) adalah seorang pelaku perjalanan yang tujuan perjalanannya untuk kegiatan yang terkait dengan pariwisata dengan durasi perjalanannya kurang atau tidak melebihi dari satu tahun. Pengunjung dapat dibagi lagi menjadi wisatawan (*tourist*) dan pelancong (*excursionist*). Pelancong (*Excursionist*) adalah pengunjung destinasi pariwisata tanpa menginap, artinya keberangkatan dan kedatangan terjadi pada hari kalender yang sama. Juga disebut sebagai *day-tripper* atau *same-day tripper*. Wisatawan (*tourist*) adalah pengunjung dengan lama perjalanan minimal satu malam, artinya keberangkatan dan kedatangan terjadi pada hari kalender yang berbeda, dan biasanya menginap (membutuhkan akomodasi). Wisatawan biasa disebut juga sebagai *overnight visitors*.

Adapun jenis-jenis wisatawan terbagi menjadi beberapa yaitu berdasarkan asal wisatawan, tujuan perjalanan, lama tinggal, frekuensi dan perilaku perjalanan, dan psikografis. Menurut Yoeti (1991), wisatawan berdasarkan asalnya dibagi menjadi dua klasifikasi yaitu wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman). Klasifikasi tersebut dibagi dari tempat tinggal wisatawan dan lokasi yang dituju. Wisatawan nusantara adalah seseorang yang berwisata di negara yang sama dengan negara asalnya. Wisatawan mancanegara adalah seseorang yang pergi dari negara asalnya menuju negara lain dengan tujuan berwisata.

Menurut Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2012), wisatawan berdasarkan tujuan perjalanan dibagi menjadi tujuh klasifikasi diantaranya wisatawan rekreasi yaitu berwisata untuk bersenang-senang, menikmati liburan, relaksasi, atau melepas stres. Biasanya mengunjungi pantai, taman hiburan, pegunungan, dan lain-lain. Wisatawan budaya yaitu wisatawan yang tertarik mengeksplorasi budaya lokal seperti tarian tradisional, festival, museum, situs sejarah, kuliner lokal. Wisatawan religious yaitu wisatawan melakukan perjalanan untuk tujuan spiritual atau keagamaan seperti umroh, ziarah, atau mengikuti kegiatan keagamaan. Wisatawan bisnis yaitu wisatawan menghadiri pertemuan bisnis, seminar, konferensi, atau pameran dagang. Wisatawan Pendidikan merupakan wisatawan yang datang untuk studi, pelatihan, pertukaran pelajar, kunjungan akademik. Wisatawan Kesehatan (*healt tourist*) yaitu wisatawan yang bepergian untuk keperluan medis atau perawatan kesehatan. wisatawan petualang (*adventure tourist*) yaitu wisatawan

Mencari pengalaman ekstrem dan menantang, seperti panjat tebing, diving, hiking, arung jeram.

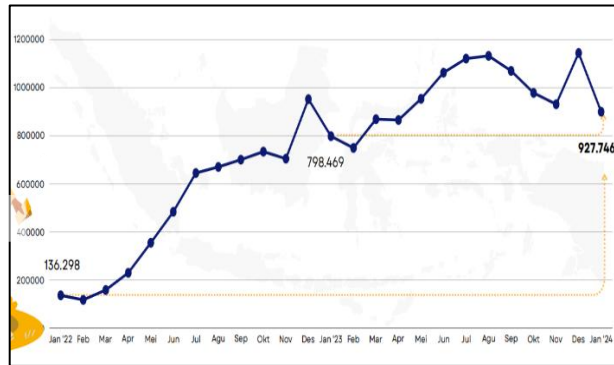
Menurut UNWTO (2008), wisatawan berdasarkan lama tinggalnya dibagi menjadi dua klasifikasi yaitu *excursionist* (wisatawan harian) dan *overnight tourist* (menginap). Wisatawan harian hanya berkunjung tanpa menginap (day tripper), biasanya kurang dari 24 jam. Sedangkan *overnight tourist* menginap minimal satu malam di destinasi wisata. Menurut Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007), wisatawan berdasarkan frekuensi dan perilaku perjalanan dibagi menjadi dua klasifikasi yaitu *first time tourist* (orang yang baru pertama kali mengunjungi suatu destinasi) dan *repeat tourist* (wisatawan yang kembali mengunjungi tempat yang pernah dikunjungi sebelumnya). Mengacu pada teori *Plog's Psychographic Model*, wisatawan berdasarkan psikografis dapat dikategorikan menjadi *allocentric*, *psychocentric*, dan *mid-centric*. *Allocentric* yaitu wisatawan yang suka petualangan, suka mencoba hal baru, tidak takut risiko, destinasi yang belum umum. *Psychocentric* yaitu wisatawan yang suka kenyamanan, destinasi populer dan aman, enggan keluar dari zona nyaman. Dan wisatawan *mid-centric* yaitu kombinasi antara keduanya.



Gambar 2 Perkembangan Wisatawan Mancanegara (Januari 2024)

Sumber: kemenparekraf.go.id, 2024

Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, (2024) mengatakan bahwa jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk bulan Januari 2024 sebesar 927.746 terdiri dari 760.036 kunjungan atau 81,93% melalui pencatatan imigrasi dan 167.710 kunjungan atau 18,07% melalui pencatatan *Mobile Positioning Data* pada pintu masuk perbatasan. Jumlah ini mengalami pertumbuhan sebesar 16,19% dibandingkan bulan Januari 2023 yang berjumlah 798.469 kunjungan. Hal ini menjelaskan bahwa kunjungan wisatawan terus mengalami peningkatan pada awal setiap tahun, dibandingkan awal tahun sebelumnya. Kemudian menurut Badan Pusat Statistik, (2024) mengatakan bahwa pada April 2024, kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia mencapai 1,07 juta kunjungan. Jumlah ini naik sebesar 2,41 persen dibandingkan Maret 2024 dan naik 23,23 persen dibandingkan bulan yang sama pada tahun lalu. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan pariwisata di Indonesia juga semakin meningkat setiap tahunnya yang memicu meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.



Gambar 3 Grafik Tren Kunjungan Bulanan 2022-2024

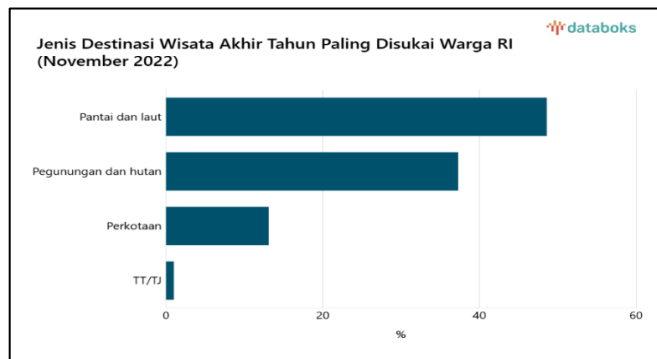
Sumber: kemenparekraf.go.id, 2024

Berdasarkan grafik diatas, bahwa kunjungan wisatawan terhadap suatu destinasi juga relatif meningkat setiap bulannya. Hal ini menjelaskan, bahwa kegiatan wisata menjadi banyak pilihan orang-orang. Dalam era modern ini, kegiatan wisata telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat. Berbagai faktor mendorong minat masyarakat untuk berwisata, seperti meningkatnya pendapatan per kapita, kemajuan teknologi yang memudahkan akses informasi dan pemesanan, serta semakin beragamnya pilihan destinasi wisata. Selain sebagai sarana rekreasi, kegiatan wisata juga memberikan banyak manfaat bagi individu maupun masyarakat. Bagi individu wisata dapat mengurangi stres, meningkatkan kebugaran fisik, menambah pengalaman, menjalin hubungan, meningkatkan kreativitas, dan memperluas wawasan (CNN Indonesia, 2024). Bagi masyarakat, sektor pariwisata berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta melestarikan budaya dan lingkungan.

Di zaman sekarang kegiatan wisata menjadi kebutuhan seseorang sebagai pelampiasan karena kejenuhan akibat aktivitas harian yang padat tersebut. Seseorang cenderung memilih suatu tempat untuk menjernihkan pikirannya dengan

melakukan kunjungan wisata. Healing melalui pariwisata melibatkan kontrol emosi secara sadar untuk mengurangi dampak negatif dari stress (RRI, 2024). Pikiran yang bersih dan kembali normal dapat berfungsi dengan baik untuk melanjutkan rutinitas harian. Dua temuan penting dari penelitian menunjukkan bahwa healing tidak hanya membantu dalam mengelola stress, tetapi juga memperkuat minat kunjungan pariwisata di Indonesia (RRI, 2024). Kegiatan wisata menjadi pilihan yang populer dan memiliki banyak peminat dari semua kalangan usia. Kegiatan wisata atau juga dikenal sebagai healing sudah menjadi sangat populer ditelinga masyarakat saat sekarang.

Indonesia, dengan ribuan pulau yang membentang luas di antara dua samudra, adalah sebuah anugerah alam yang luar biasa. Keberagaman budaya dan keindahan alam yang dimiliki Indonesia menjadikannya destinasi wisata yang sangat menarik. Negara maritim ini bagaikan sebuah kalung mutiara yang berderai di Samudra Hindia dan Pasifik. Keindahan alamnya yang melimpah, khususnya garis pantai yang panjang dan bervariasi, telah menjadikan Indonesia sebagai surga bagi para pecinta pantai dari seluruh dunia. Dengan banyaknya pilihan pantai, setiap wisatawan pasti akan menemukan pantai impiannya di Indonesia.



Gambar 4 Grafik Destinasi Wisata Akhir Tahun Paling Disukai Warga RI (November 2022)

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

Hasil survei Kurious dari Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa pada akhir tahun, orang Indonesia paling suka mengunjungi tempat pantai dan laut. Adapun jumlah pengunjung wisatawan pantai dan laut menjadi peringkat pertama dengan persentasenya mencapai 48,6%. Kemudian, 37,7% dari populasi, pegunungan dan hutan menempati peringkat kedua sebagai destinasi wisata akhir tahun yang paling disukai. Hal ini menjelaskan bahwa destinasi pantai dan laut menjadi salah satu destinasi populer yang dikunjungi oleh wisatawan nusantara (wisnus) pada penghujung tahun, termasuk di Sumatera Barat.

Tabel 1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik 2022-2023

Jumlah Wisatawan	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik	
	2022	2023
M mancanegara	22.995,00	29.912,00
Domestik	2.832.140,00	3.631.035,00
Jumlah	2.855.135,00	3.660.947,00

Sumber: padangkota.bps.go.id, 2024

Berdasarkan data diatas, menurut Badan Pusat Statistik Kota Padang, (2024) mengatakan bahwa jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Sumatera Barat 2023 mengalami peningkatan sebesar 805.812 wisatawan dari 2.855.135 wisatawan di 2022, meningkat menjadi 3.660.947 wisatawan di 2023. Hal ini menjelaskan bahwa jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Sumatera Barat 2023 mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya. Data diatas juga menjelaskan bahwa jumlah wisatawan domestik dominan lebih banyak dibandingkan dengan wisatawan mancanegara. Oleh karena itu, dapat disimpulkan adanya kemungkinan meningkatnya jumlah pengunjung pada objek-objek wisata di Sumatera Barat, termasuk peningkatan pengunjung wisata pantai. Sumatera Barat memiliki banyak pantai dan berpotensi sangat besar untuk dikembangkan. Keindahan alam yang masih alami, keramahan masyarakat, dan berbagai fasilitas yang terus berkembang, Sumatera Barat dapat menjadi destinasi wisata bahari yang menarik di mata wisatawan domestik maupun mancanegara.

Padang ibukota Sumatera Barat adalah sebuah kota yang terletak di pesisir barat Sumatera dan memiliki banyak pantai yang indah. Salah satunya adalah Pantai Padang. Menurut Dinas Pariwisata Kota Padang, (2021) Pantai Padang menjadi

salah satu tempat wisata favorit di Kota Padang. Ini lebih jelas setelah pemerintah Kota Padang melakukan banyak perbaikan dan peningkatan dari segala sisi. Mulai dari kebersihan, kenyamanan, kerapian hingga kelengkapan sarana dan prasarana fasilitas umum. Lokasi Pantai Padang berada di Jalan Samudera, Purus, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat. Pantai Padang membentang dari Kelurahan Purus hingga muara Sungai Batang Arau. Pantai ini menjadi tempat wisata yang selalu ramai dikunjungi oleh para wisatawan.

Pada masa kolonial Belanda, Pantai Padang memiliki peran strategis sebagai pelabuhan penting di pantai barat Sumatra. Kawasan ini menjadi jalur perdagangan utama yang menghubungkan Sumatra dengan wilayah lain, termasuk Batavia (Jakarta) dan Singapura. Aktivitas perdagangan komoditas seperti kopi, lada, dan emas berlangsung di sekitar pantai, menjadikan wilayah ini sebagai pusat ekonomi yang vital. Selain perdagangan, Pantai Padang juga menjadi saksi interaksi budaya antara penduduk lokal dan bangsa asing, terutama Belanda dan pedagang dari India, Arab, dan Tiongkok. Bukti sejarah seperti struktur bangunan kolonial dan jalan raya tua yang masih ada hingga kini menjadi pengingat akan masa lalu yang kaya sejarah.

Setelah Indonesia merdeka, fokus penggunaan Pantai Padang mulai berubah dari pelabuhan dagang menjadi kawasan rekreasi. Pada era 1980-an dan 1990-an, pemerintah daerah mulai mengembangkan area pantai ini sebagai destinasi wisata. Pembangunan fasilitas umum seperti area bermain, taman, dan tempat duduk untuk wisatawan dilakukan untuk menarik lebih banyak pengunjung lokal dan luar daerah. Memasuki era 2000-an, revitalisasi besar-besaran dilakukan untuk

mengubah wajah Pantai Padang menjadi lebih modern dan ramah wisatawan. Kawasan pedestrian yang nyaman, penataan ulang kawasan kuliner, dan area hijau di sepanjang pantai menjadikan Pantai Padang lebih menarik sebagai tempat bersantai. Selain itu, promosi event budaya seperti Festival Siti Nurbaya semakin memperkuat daya tarik pantai ini sebagai destinasi wisata yang menggabungkan keindahan alam dengan warisan budaya lokal. Dengan semakin berkembangnya infrastruktur dan fasilitas, Pantai Padang kini tidak hanya dikenal sebagai tempat bersantai dan menikmati sunset, tetapi juga menjadi lokasi untuk berbagai kegiatan wisata budaya dan olahraga air. Transformasi ini menjadikan Pantai Padang sebagai salah satu ikon pariwisata Sumatra Barat.



Gambar 5 Pantai Padang, Sumatera Barat
Sumber: pariwisata.padang.go.id, 2021

Pantai Padang memiliki daya tarik tersendiri untuk para pengunjungnya. Kawasan Pantai Padang kini juga semakin semarak dengan kehadiran berbagai spot menarik. Selain menikmati keindahan pantai, pengunjung dapat menjelajahi Monumen IORA yang ikonik, dengan desainnya yang modern dan menghadap langsung ke laut lepas, monumen ini menjadi latar belakang foto yang sempurna untuk mengabadikan momen liburan. Tak jauh dari sana, Monumen Merpati Perdamaian menawarkan suasana yang lebih santai. Berada di tengah-tengah

klaster kafe payung yang unik, pengunjung bisa bersantai sambil menikmati hidangan lezat ditemani semilir angin laut. Area bermain anak yang dilengkapi berbagai wahana permainan murah di sekitar monumen menjadi tempat yang menyenangkan bagi keluarga. Anak-anak dapat bermain sepuasnya sementara orang tua dapat bersantai dan mengawasinya.

Pantai Padang tidak hanya menyuguhkan keindahan alam, tetapi juga dilengkapi dengan fasilitas yang cukup lengkap untuk menunjang kenyamanan pengunjung. Area parkir yang luas memudahkan wisatawan untuk memarkir kendaraan. Bagi yang membawa anak-anak, tersedia area bermain yang aman dan menyenangkan. Selain itu, keberadaan masjid di sekitar pantai juga sangat membantu bagi umat muslim yang ingin melaksanakan ibadah. Kulineran pun menjadi semakin menyenangkan dengan adanya beragam pilihan kafe, baik yang berada di sekitar Monumen Merpati Perdamaian maupun yang berjejer di sepanjang pantai. Tak hanya itu, bagi wisatawan yang ingin berbelanja oleh-oleh, terdapat berbagai toko yang menjual aneka produk khas Padang. Letaknya yang strategis, dekat dengan Gunung Padang, Kawasan Kota Tua, Jembatan Siti Nurbaya dan

Masjid Al-Hakim, membuat Pantai Padang menjadi destinasi yang sangat menarik untuk dikunjungi para wisatawan.



Gambar 6 Sunset di Pantai Padang
Sumber: pariwisata.padang.go.id, 2024

Selain sebagai destinasi wisata favorit, Pantai Padang juga menjadi salah satu tempat yang populer bagi wisatawan untuk menikmati pemandangan matahari terbenam yang indah di sore hari (Kumparan, 2024). Akses yang mudah dan lokasi yang strategis di pusat kota Padang, pantai ini sangat populer di kalangan wisatawan lokal maupun mancanegara. *Sunset* di Pantai Padang merupakan salah satu daya tarik utama yang membuat banyak wisatawan ingin kembali lagi ke pantai ini (Kumparan, 2024). Pantai ini menawarkan suasana tenang, angin sepoi-sepoi, dan pemandangan *sunset* yang luar biasa di sore hari. Pantai Padang menjadi tempat yang sempurna untuk bersantai dan menikmati keindahan alam. Menyaksikan fenomena matahari terbenam di Pantai Padang merupakan salah satu momen yang tidak boleh terlewatkan oleh wisatawan (Kumparan, 2024). Adapun aktivitas menarik saat *sunset* yang dapat dilakukan wisatawan diantaranya, bersantai di warung pantai, bersepeda atau berjalan santai di sepanjang pantai, mengabdikan momen dengan fotografi, bermain pasir dan air laut, tempat berkumpul dan

relaksasi. Keindahan warna-warni langit saat matahari terbenam, ditambah dengan suasana yang tenang dan damai, menjadikan Pantai Padang sebagai salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi jika berada di Sumatera Barat.

Tabel 2 Survei Awal Penelitian Destinasi Pantai yang Dominan di Kunjungi Wisatawan di Kota Padang

No	Pantai yang Sering di Kunjungi di Kota Padang	Jumlah Kunjungan
1	Pantai Padang	20
2	Pantai Air Manis	12
3	Pantai Nirwana	12
4	Pantai Pasir Putih	8
5	Pantai Pasir Jambak	7
6	Pantai Sako	1

Sumber: Pre-survey, 2024

Data diatas merupakan hasil dari salah satu pertanyaan saat peneliti melakukan survei awal penelitian secara langsung kepada 20 orang narasumber yang merupakan pengunjung dari pantai-pantai tersebut. Data tersebut menjelaskan bahwa Pantai Padang memiliki pengunjung wisata pantai paling banyak. Hal ini mendukung pernyataan bahwa Pantai Padang adalah pantai terpopuler di Kota Padang. Kemudian berdasarkan survei awal penelitian, para wisatawan pantai yang berkunjung merasakan emosi yang positif, seperti perasaan senang, bahagia, dan tenang. Secara keseluruhan ekspektasi wisatawan yang berkunjung di Pantai Padang terpenuhi dengan apa yang mereka harapkan, seperti pemandangannya yang indah, suasananya yang nyaman, fasilitasnya yang memadai, dan lain sebagainya. Semua narasumber merasa puas setelah melakukan kunjungan di Pantai Padang. Kemudian, seluruh narasumber juga berniat akan berkunjung kembali ke destinasi Pantai Padang ini.

Tabel 3 Survei Awal Penelitian Tujuan Wisatawan Mengunjungi Pantai Padang

Tujuan Wisatawan	Jumlah
Melihat <i>sunset</i>	20
Wisata Mesjid Al-Hakim	5
Kulineran	4
<i>Healing, refreshing</i> , dan relaksasi	9
Menikmati pemandangan pantai	2

Sumber: Pre-survey, 2025

Data diatas merupakan survei awal penelitian lanjutan yang peneliti lakukan secara langsung dengan 20 orang narasumber yang melihat dan menikmati *sunset* di Pantai Padang. Menurut data pra survei yang peneliti lakukan, bahwa salah satu tujuan wisatawan untuk mengunjungi Pantai Padang yang paling banyak adalah untuk menikmati *sunset* di Pantai Padang. Hal ini mendukung pernyataan bahwa *sunset* di Pantai Padang menjadi daya tarik utama yang membuat wisatawan ingin kembali lagi ke pantai ini. Kemudian, para narasumber juga merasakan emosi positif saat menikmati *sunset* di Pantai Padang. Tidak hanya itu, pengalaman kunjungan narasumber juga sesuai dengan ekspektasi yang mereka harapkan saat melihat *sunset* di Pantai Padang. Kemudian semua narasumber juga merasa puas dan akan berkunjung kembali untuk melihat *sunset* di Pantai Padang. Berdasarkan pra survei penelitian yang dilakukan bahwa variabel yang akan diteliti memiliki indikasi positif terhadap objek yang peneliti pilih, sehingga peneliti ingin meneliti lebih dalam variabel terkait pengaruh *emotional experience* dan *perceived value* terhadap *tourist loyalty* dengan *tourist satisfaction* sebagai mediasi dengan berfokus pada wisatawan nusantara (wisnus) yang melihat *sunset* di Pantai Padang.

Banyak literatur pariwisata mengidentifikasi tiga hal utama faktor penentu loyalitas wisatawan: pengalaman wisatawan, nilai yang dirasakan, dan kepuasan

wisatawan (Suhartanto et al., 2020). Berdasarkan fenomena yang terjadi, pra-survei yang telah dilakukan, dan penelitian terdahulu, peneliti ingin memilih Pantai Padang sebagai objek penelitian dengan variabel yang ingin diteliti yaitu pengaruh *emotional experience* dan *perceived value* terhadap *tourist loyalty* dengan *tourist satisfaction* sebagai mediasi pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang, khususnya wisatawan nusantara (wisnus).

Berdasarkan literatur sebelumnya Quynh et al., (2021) menjelaskan bahwa wisatawan yang memiliki pengalaman emosional yang memuaskan dan menarik di suatu destinasi kemungkinan besar akan mencoba membujuk saudara dan teman mereka untuk pergi ke sana, dan mereka juga kemungkinan akan mengunjungi kembali destinasi itu sendiri. Literatur sebelumnya juga menekankan pentingnya pengalaman emosional sebagai pendahulu pengalaman wisata yang memuaskan dan menciptakan loyalitas wisatawan (Quynh et al., 2021). Hal ini menjelaskan bahwa pengalaman emosional yang baik (emosi positif), seperti senang, kagum, atau bahagia, akan menciptakan kesan mendalam dan mendorong pengunjung wisata untuk kembali berkunjung serta merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Dan sebaliknya, pengalaman emosional yang buruk (emosi negatif) dapat merusak citra destinasi dan mengurangi minat pengunjung wisata untuk kembali. Dengan kata lain, pengalaman emosional yang ditimbulkan dari berbagai aspek pariwisata, seperti keindahan alam, keramahan penduduk, atau keunikan budaya, akan membentuk persepsi pengunjung wisata terhadap suatu destinasi, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan wisatawan dan mendorong terciptanya loyalitas wisatawan.

Nilai yang dirasakan dari suatu layanan adalah perbedaan antara manfaat dan biaya (berwujud/tidak berwujud) yang dikeluarkan untuk memperoleh layanan tersebut. Literatur pemasaran secara luas menggunakan nilai yang dirasakan dan menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan tinggi terhadap suatu produk/layanan tertentu akan membawa kepuasan yang lebih tinggi (Vera, 2015). Literatur yang ada juga mencoba menunjukkan adanya hubungan antara nilai yang dirasakan dan kepuasan (Suhartanto et al., 2020). Nilai yang dirasakan berbeda-beda pada setiap wisatawan. Semakin tinggi nilai yang dirasakan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan terhadap suatu lokasi. Nilai yang dirasakan ini bersifat subjektif dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti harga yang dibayar, ekspektasi sebelumnya, dan perbandingan dengan destinasi lain yang pernah dikunjungi. Persepsi wisatawan terhadap nilai yang mereka dapatkan dari sebuah destinasi wisata sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mereka. Ketika wisatawan merasa bahwa apa yang mereka dapatkan (pengalaman, keindahan alam, fasilitas, dan lain-lain) sebanding atau bahkan melebihi apa yang mereka harapkan, maka mereka akan merasakan tingkat kepuasan yang tinggi, yang pada akhirnya mendorong terciptanya loyalitas wisatawan.

Dalam bidang pariwisata kepuasan wisatawan didasarkan pada gabungan ekspektasi wisatawan sebelum bepergian dan ekspektasi yang berkembang selama bepergian (Chen & Chen, 2010). Seorang wisatawan merasa puas jika ekspektasi mereka terpenuhi atau terlampaui oleh pengalaman bepergian mereka. Kepuasan pengunjung seringkali dianggap sebagai kunci keberhasilan sebuah destinasi wisata. Penelitian ini akan menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang

mempengaruhi kepuasan wisatawan di Pantai Padang, khususnya faktor pengalaman emosional dan persepsi nilai wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga akan menguji sejauh mana kepuasan wisatawan dapat menjadi jembatan antara faktor tersebut dengan loyalitas wisatawan. Dengan kata lain, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengalaman emosional dan persepsi nilai dapat meningkatkan kepuasan, yang pada akhirnya mendorong terciptanya loyalitas pada wisatawan yang melihat *sunset* di Pantai Padang. Sehingga peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh *emotional experience* dan *perceived value* terhadap *tourist loyalty* dengan *tourist satisfaction* sebagai mediasi pada wisatawan di Pantai Padang, khususnya wisatawan nusantara (wisnus) yang melihat dan menikmati *sunset* di Pantai Padang.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh *Emotional Experience* dan *Perceived Value* terhadap *Tourist Loyalty*: Peran Mediasi *Tourist Satisfaction* pada Wisatawan *Sunset* di Pantai Padang"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh *emotional experience* terhadap *tourist satisfaction* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh *perceived value* terhadap *tourist satisfaction* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?

3. Bagaimanakah pengaruh *emotional experience* terhadap *tourist loyalty* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?
4. Bagaimanakah pengaruh *perceived value* terhadap *tourist loyalty* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?
5. Bagaimanakah pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *tourist loyalty* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?
6. Bagaimanakah pengaruh *emotional experience* terhadap *tourist loyalty* melalui *tourist satisfaction* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?
7. Bagaimanakah pengaruh *perceived value* terhadap *tourist loyalty* melalui *tourist satisfaction* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan diatas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *emotional experience* terhadap *tourist satisfaction* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap *tourist satisfaction* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *emotional experience* terhadap *tourist loyalty* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap *tourist loyalty* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?
5. Untuk mengetahui pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *tourist loyalty* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang.

6. Untuk mengetahui pengaruh *emotional experience* terhadap *tourist loyalty* melalui *tourist satisfaction* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?
7. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap *tourist loyalty* melalui *tourist satisfaction* pada wisatawan *sunset* di Pantai Padang?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang diharapkan dari hasil penelitian ini bermanfaat secara teoritis dan praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan pembaca dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam pemahaman tentang pengaruh *emotional experience* dan *perceived value* terhadap *tourist loyalty* dengan *tourist satisfaction* sebagai mediasi dalam konteks manajemen pemasaran pariwisata. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya manajemen pemasaran pariwisata.

2. Manfaat Praktis

Studi ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada pengelola Pantai Padang yaitu khususnya Pemerintah Kota Padang, Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam mengembangkan strategi pariwisata yang efektif. Bagi pelaku bisnis serupa dapat memberikan insight tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *tourist satisfaction* dan *tourist loyalty* dalam industri pariwisata dan menyediakan referensi pengembangan strategi bisnis pariwisata. Bagi akademisi dapat menyediakan data empiris tentang hubungan antara variabel-

variabel yang diteliti, membuka peluang untuk penelitian lanjutan dalam konteks atau pun sudut pandang yang berbeda.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara garis besar pembahasan ini akan dibagi dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Pada bab pendahuluan mencakup penjelasan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II: Tinjauan Literatur

Bagian ini membahas mengenai kerangka teoritis yang menjadi landasan teori sebagai acuan untuk membahas masalah berdasarkan teori yang ada, tinjauan literatur dari peneliti sebelumnya, pembahasan hipotesis, serta kerangka pemikiran.

Bab III: Metode Penelitian

Bagian ini memaparkan informasi tentang desain penelitian, objek penelitian yang dipilih, proses pengambilan sampel, jenis dan sumber data yang dimanfaatkan, serta metode pengumpulan data yang digunakan.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan bagaimana data pada penelitian dikelola, hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan interpretasinya.

Bab V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang merangkum hasil temuan penelitian yang diperoleh dari analisis data, memberikan saran atau rekomendasi bagi pihak terkait dan penelitian mendatang.

