

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam kondisi perekonomian di era modern saat ini, industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara karena dengan adanya perkembangan industri pariwisata dapat membuka lapangan pekerjaan baru serta meningkatkan standar hidup manusia.

Menyadari arti penting industri pariwisata (secara ekonomi), maka setiap daerah diharapkan mampu menciptakan *image* tempat wisata yang akan dikunjungi atau yang disebut *destination image*. *Destination image* merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dibahas, karena *image* dari suatu tempat wisata akan sangat mempengaruhi perilaku wisatawan dalam proses pengambilan keputusan dalam menentukan tujuan wisata.

Destinasi tempat wisata yang sering dikunjungi oleh para wisatawan salah satunya adalah kota Bandung. Kota Bandung memiliki daya tarik wisata yang menarik dan beragam sehingga banyak wisatawan yang berminat untuk berkunjung setiap tahunnya baik wisatawan nusantara ataupun wisatawan mancanegara. Banyaknya potensi wisata baru yang bermunculan juga ikut menarik para wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara untuk semakin mengenal dan melakukan perjalanan wisata ke kota Bandung.

Menurut Walikota Bandung Ridwan Kamil (2015), Kota Bandung terpilih menjadi tempat tujuan wisata keempat di Asia yang menjadi pilihan wisatawan mancanegara setelah Bangkok, Seoul, dan Mumbay, sedangkan di dunia menempati peringkat ke-21.

Hal tersebut didapatkan dari survei independen yang dilakukan terhadap wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara di situs jejaring sosial, *Facebook* dan kondisi ini didukung oleh peningkatan popularitas pada kota Bandung dengan adanya momen Konferensi Asia Afrika (KAA) pada tahun 2015.

Selain wisatawan mancanegara, terdapat pula berbagai wisatawan nusantara yang sering mengunjungi kota Bandung salah satunya adalah wisatawan Surabaya. Hal ini dapat terlihat dari penambahan frekuensi penerbangan yang dilakukan oleh salah satu maskapai di Indonesia hingga tiga kali sehari mengingat banyaknya peminat masyarakat Surabaya yang ingin bepergian menuju Bandung dan sekitarnya (Edward Sirait, 2017). Wisatawan Surabaya juga diharapkan dapat memberikan penilaian yang lebih objektif bukan subjektif terhadap kota Bandung.

Dengan terciptanya *destination image* yang baik dan positif pada kota Bandung maka dapat memberikan rasa kepuasan (*tourist satisfaction*) dan menciptakan sebuah kesetiaan (*destination loyalty*) sehingga memicu wisatawan untuk datang kembali.

Menurut penelitian Pamela Pantouw, S.S. Pangemanan (2014) yang melakukan sampling mengenai efek *destination image* dan *tourist satisfaction* terhadap *intention to revisit* pada Lembah Hill Resort dengan menggunakan *partial least square* menghasilkan *R square* 68,5%, berarti *destination image* dan *tourist satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *intention to revisit* (*destination loyalty*). Namun penelitian yang dilakukan hanya difokuskan pada wisatawan lokal pada lokasi yang bersangkutan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian mengenai seberapa jauh pengaruh *Destination Image* dan *Tourist Satisfaction* terhadap *Destination Loyalty* pada Kota Bandung.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat didefinisikan adalah:

1. Apakah *destination image* dan *tourist satisfaction* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *destination loyalty* pada kota Bandung?
2. Apakah *destination image* secara parsial mempengaruhi *destination loyalty* pada kota Bandung?
3. Apakah *tourist satisfaction* secara parsial mempengaruhi *destination loyalty* pada kota Bandung?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut diatas, maka tujuan yang akan dicapai adalah:

1. Mengetahui apakah *destination image* dan *tourist satisfaction* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *destination loyalty* pada kota Bandung menurut wisatawan Surabaya.
2. Mengetahui apakah *destination image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *destination loyalty* pada kota Bandung menurut wisatawan Surabaya.
3. Mengetahui apakah *tourist satisfaction* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *destination loyalty* pada kota Bandung menurut wisatawan Surabaya.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Survey dan penyebaran kuisisioner dilakukan di Surabaya wilayah pusat, utara, selatan, barat, dan timur yang difokuskan pada pusat-pusat perbelanjaan dan beberapa *travel agent* ternama.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman dan memperjelas isi tugas akhir ini, maka dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pada bagian ini diuraikan pembahasan mengenai latar belakang permasalahan yang mendasari penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan laporan.

### **BAB 2 : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang memuat uraian mengenai pengertian industri pariwisata, wisatawan, destinasi wisata, *destination image*, *tourist satisfaction* dan *destination loyalty*. Dalam bab ini juga akan dijelaskan mengenai pengertian teori-teori *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Partial Least Square* (PLS).

### **BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini akan mendeskripsikan mengenai jenis penelitian, pola hubungan antar variabel, variabel dan definisi operasional, sumber data, target dan karakteristik responden, sampel dan teknik pengambilan sampel, *flowchart* langkah proses pengerjaan penelitian, metode PLS yang digunakan dalam penelitian.

**BAB 4 : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisikan data-data penelitian yang telah didapatkan dari penyebaran kuisioner, untuk kemudian akan diolah dengan SPSS untuk analisis deskriptif dan PLS untuk analisis hipotesis.

**BAB 5 : ANALISIS DATA**

Bab ini membahas analisis dari hasil data yang telah diolah dengan menggunakan bantuan *software SmartPLS*, serta pembahasan tentang pengaruh ketiga variabel yang diamati.

**BAB 6 : PENUTUP**

Bab ini memberikan kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.