

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini, dunia pariwisata sangat diminati dan merupakan bentuk nyata dari perjalanan bisnis global yang sangat menjanjikan. Bisnis pariwisata diperkirakan menjadi sebuah sektor yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dunia yang dihasilkan dari peningkatan wisatawan yang selalu meningkat. Dari data UNWTO (United National World Tourism Organization) pada tahun 1995 tercatat jumlah pergerakan wisatawan dunia hanya sebesar 565 juta wisatawan, namun diperkirakan pada tahun 2020 akan terjadi pergerakan sebanyak 1,6 miliar wisatawan (Henky, 2011: 17). Minat wisatawan yang semakin banyak dan persaingan menjadi semakin ketat, perusahaan tour berusaha sebaik mungkin memberikan kualitas layanan dan persepsi harga yang sesuai untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan. Kualitas layanan dan persepsi harga yang baik akan sangat berdampak positif bagi citra perusahaan dimata pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan harus menjadi tujuan utama dari setiap perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan sukses yaitu ketika pelanggan merasa puas dengan apa yang telah di fasilitasi perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan.

Saat ini di Indonesia, kegiatan pemasaran merupakan proses terintegrasi, dimana sasaran utamanya adalah kepuasan pelanggan. Dengan demikian kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan

pelanggan akan memberikan dampak yang positif, yaitu hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan, melakukan pembelian ulang dan dampaknya pada loyalitas pelanggan, merekomendasikan perusahaan kepada para calon pelanggan lainnya.

Perkembangan pariwisata saat ini sangat pesat didorong oleh terwujudnya peningkatan kehidupan sosial ekonomi masyarakat yang didukung juga oleh kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi transportasi saat ini telah membantu perjalanan menjadi semakin cepat, terutama dengan berkembangnya transportasi dengan fasilitas yang nyaman dan aman. Informasi destinasi pun semakin mudah didapat melalui teknologi informasi internet, maupun agen atau jasa tour wisata.

Dalam kondisi seperti ini, pariwisata bukan lagi dilihat sebagai komoditas mahal maupun mewah yang hanya bisa dinikmati oleh kelompok orang yang berpenghasilan tinggi, namun saat ini sudah dapat dinikmati dan menjadi kebutuhan dasar bagi setiap orang yang menginginkan perjalanan wisata. Perjalanan wisata bukan sekedar untuk berwisata tapi juga untuk saling mendekatkan diri kepada orang – orang sekitar, mengetahui adat dan budaya, sampai dengan bersilaturahmi.

Beberapa jenis kegiatan jasa tour yang diutamakan, antara lain yaitu kualitas layanan yang diberikan, harga yang ditawarkan, ketersediaan transportasi, akomodasi, kuliner, dan bahkan pemilihan destinasi wisata yang tepat.

Persepsi harga yang sesuai dengan harapan pelanggan akan dengan sendirinya telah menciptakan citra yang positif bagi perusahaan dan juga perusahaan harus mampu menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Kualitas layanan dan persepsi harga yang di nilai pelanggan secara tepat merupakan faktor penting

dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Salah satu industri yang berkembang cukup pesat dan memiliki persaingan yang sangat ketat adalah dalam bidang pariwisata (tour travel agent). Dengan semakin pesatnya keinginan masyarakat untuk berwisata semakin banyak juga agent wisata yang bermunculan. Saat ini bukan hanya agent travel saja yang dibutuhkan tapi pelanggan juga mengharapkan layanan yang di sediakan maupun harga yang ditawarkan dan lain sebagainya, sehingga nilai kepuasan pelanggan, dari kepuasan itu akan menjadi pelanggan yang loyal.

Dengan memahami pentingnya kebutuhan dan harapan pelanggan, maka salah satu usaha dibidang pariwisata (tour and travel) yaitu Lentera Wisata Semarang yang menyediakan kualitas layanan dan persepsi harga yang baik untuk pelanggannya. Sasaran utamanya adalah kepuasan pelanggan sehingga membentuk loyalitas pelanggan. Lentera Wisata Semarang merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa yang melayani biro perjalanan dan wisata. Lentera Wisata berdiri sejak tahun 2013 berlokasi di jalan raya patemon dan mampu bersaing dengan bisnislainnya. Melalui jasa andalannya yaitu biro wisata yang berasal dari diri sendiri mampu memberikan kepuasan untuk seluruh pelanggan setiannya dan mampu melayani perjalanan wisata domestik, luar negeri, study tour, KKL, wisata keluarga, wisata religi dan paket karimunjawa. Namun dari fasilitas layanan yang diberikan menurut sudut pandang pelanggan seperti sempitnya transport bus yang disediakan selama perjalanan, pemilihan hotel transit yang tidak sesuai dengan kapasitas pelanggan, ketidaktepatan waktu untuk sampai di destinasi berikutnya.

Tabel berikut ini adalah data pelanggan yang menggunakan jasa Lentera Wisata Semarang pada tahun 2018.

Tabel 1.1 Data Proyek Lentera Wisata Semarang Periode Januari – Desember 2018

No	Bulan/Tanggal	Rombongan	Peserta	Tujuan
JANUARI				
1.	07 – 12 Jan 2018	KKL Bahasa Arab UNNES	50	Bali
2.	13 – 17 Jan 2018	KKL Tek. Kimia UPGRIS	150	JKT - BDG
3.	14 – 18 Jan 2018	Family Gathering Dosen UNNES	80	Bali
4.	21 – 27 Jan 2018	KKL Tek. Mesin UNDIP	48	Malang – Bali
			328	
FEBRUARI				
5.	02 – 07 Feb 2018	Tek. Informatika UNISSULA	50	SBY – Bali
6.	09 – 13 Feb 2018	Elektro UNNES	150	JKT - BDG
7.	20 – 24 Feb 2018	Ekonomi UPGRIS	100	SBY – Bali
			300	
MARET				
8.	05 – 11 Mar 2018	Bahasa Jepang UNDIP	100	SBY – Bali
9.	14 – 15 Mar 2018	Family Gathering Dosen STIE BPD	200	Jogja
10.	20 – 24 Mar 2018	FBS UNNES	150	SBY – Bali
			450	
APRIL				
11.	08 – 12 Apr 2018	Mesin UNDIP D3	48	Bali
12.	25 – 30 Apr 2018	Bahasa Jepang D3 UNDIP	30	SBY – Bali
			78	
MEI				
Puasa				
JUNI				
Lebaran				
JULI				
13.	05 – 09 Jul 2018	Planologi UNISSULA	85	SBY – Bali
14.	06 – 11 Jul 2018	Tek. Mesin UNDIP D3	72	SBY – Bali
15.	12 – 13 Jul 2018	PJKR UNNES	35	Gunung Kidul
16.	15 – 19 Jul 2018	Tek. Sipil UNNES	200	Bali
17.	21 – 24 Jul 2018	Fisika UNNES	50	Malang (Bromo)
18.	23 – 28 Jul 2018	Ekonomi UNNES	100	SBY – Bali
19.	29 – 03 Agst 2018	FEB UNISBANK	150	SBY – Bali
			692	

AGUSTUS				
20.	01 – 08 Agst 2018	Sipil UNISSULA	300	SBY – Bali
21.	19 – 24 Agst 2018	ICT UNISSULA	50	Bali
22.	20 – 25 Agst 2018	Bahasa Indonesia UNNES	150	SBY – Bali
			500	
SEPTEMBER				
23.	08 Sept 2018	HMPS Manajemen UNISBANK	100	Jogja
24.	15 Sept 2019	SD Sronol	100	Jogja
25.	17 – 22 Jul 2019	SMA N 5 Pelantungan	200	Bali
			400	
OKTOBER				
26.	01 – 04 Okt 2018	F.MIPA UNNES	100	JKT - BDG
27.	02 – 05 Okt 2018	PKK Ngaliyan	50	Malang
28.	10 – 14 Okt 2018	FBIB UNISBANK	50	Bali
			200	
NOVEMBER				
29.	05 – 09 Nov 2018	MA AL – ASROR	150	Bali
30.	06 – 09 Nov 2018	SMA Teuku Umar	150	Bali
31.	12 – 16 Nov 2018	SMK Teuku Umar	100	Bali
32.	22 – 26 Nov 2018	PTO-PTM UNNES	150	Bali
			550	
DESEMBER				
33.	15 – 20 Des 2018	Bahasa Mandarin UNNES	50	Bali
34.	18 – 21 Des 2018	SMP Teuku Umar	150	JKT - BDG
			200	
Total Peserta Tour Wisata Tahun 2018			3698	

Sumber : Data Proyek perjalanan Lentera Wisata Semarang, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2018 terjadinya fluktuasi naik turun pada pelanggan Lentera Wisata Semarang. Setiap bulannya Lentera Wisata Semarang mendapatkan proyek perjalanan wisata kecuali pada bulan puasa dan lebaran. Selama tahun 2018, Lentera Wisata Semarang telah menjalankan 34 proyek wisata, dengan total peserta sebanyak 3.698 orang. Selama pelanggan menggunakan biro Lentera Wisata Semarang maka akan mendorong munculnya kepuasan pelanggan yang akan berdampak pada loyalitas pelanggan terlihat dari beberapa faktor antara lain yaitu kualitas layanan yang diberikan

selama perjalanan dan persepsi harga yang di tawarkan sebelum melakukan perjalanan. Salah satu faktor yang dapat memenuhi harapan pelanggan adalah kesesuaian antara layanan dan harga yang diberikan oleh pihak Lentera Wisata Semarang.

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam usaha pariwisata (tour and travel) menuntut Lentera Wisata Semarang untuk senantiasa memperhatikan kualitas layanan dan persepsi harga yang tepat. Selain itu, Lentera Wisata Semarang juga harus selalu mempelajari dan memantau situasi pasar, bagaimana kompetitor dapat memberikan kualitas layanan dan persepsi harga yang tepat untuk dapat memenuhi harapan pelanggannya sehingga akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam biro perjalanan wisata sehingga menuntut Lentera Wisata Semarang untuk memperhatikan setiap layanan atas fasilitas maupun harganya yang sudah disepakati sebelumnya, sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan yang akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Penelitian tentang kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan masi menunjukkan hasil yang berbeda. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa penelitian terdahulu, yaitu :

Menurut Sari dan Lestari (2019) menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Utami (2018) dan Amryyanti dkk (2009) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, Firatmadi (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Basith

dkk (2014) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, sedangkan menurut Pangandaheng (2015) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Selvy dkk (2013) menunjukkan bahwa kualitas pelayan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Setyanto (2019) dan Sari, Lestari (2019) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Sulistiyanto dan Soliha (2015) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Handayani dan Soliha (2015) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, Budiastari (2012) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan menurut Firatmadi (2017) menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan menurut Budiastari (2012) menunjukkan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian lain juga yang melakukan penelitian terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menunjukkan hasil yang berbeda. Menurut Wulandari dan Setyanto (2019), Pangandaheng (2015) dan Sulistiyanto dan Soliha menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, menurut Basith dkk (2014) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan

menurut Firatmadi (2017) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis memilih judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan”.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk menang dalam persaingan di tingkat pariwisata, perusahaan harus dapat mempertahankan pelanggan lama dan menciptakan pelanggan baru. Lentera Wisata Semarang harus mampu menghadapi tantangan persaingan yang ada dan meminimalisirkan resiko-resiko yang akan muncul. Hal ini harus diperkuat dengan strategi perusahaan dalam menciptakan produk/jasa yang baik di mata pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab semua permasalahan yang ada, bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan terhadap Lentera Wisata Semarang melalui variabel kualitas layanan dan persepsi harga. Dari permasalahan inilah penelitian ini dapat munculkan pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan biro jasa Lentera Wisata Semarang?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan biro jasa Lentera Wisata Semarang?
3. Apakah kepuasan pelanggan berdampak terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan biro jasa Lentera Wisata Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak di capai oleh penulis adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Lentera Wisata Semarang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Lentera Wisata Semarang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Lentera Wisata Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi secara teoritis dan melengkapi penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara praktis bagi masyarakat khusus pelanggan Lentera Wisata Semarang dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan dengan memperhatikan kualitas layanan dan persepsi harga.