

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan industri penting bagi perekonomian Indonesia. Usaha jasa pariwisata terus dikembangkan oleh pemerintah Indonesia sebagai upaya pengoptimalan sumber daya alam yang sangat menunjang kemajuan industri pariwisata nasional. Indonesia merupakan negara yang memiliki luas daratan dan lautan sebesar 5.180.053 km², pulau sebanyak 13.487 dan suku bangsa sebanyak 1.340. Kekayaan alam dan budaya tersebut menjadikan Indonesia dikenal memiliki banyak potensi wisata, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata religi, wisata kuliner, dan wisata belanja. Hal tersebut menjadi daya tarik bagi wisatawan nusantara bahkan wisatawan mancanegara untuk mengeksplorasi Indonesia.

Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. Alam Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis serta garis pantai terpanjang ketiga di dunia setelah Kanada dan Uni Eropa. Indonesia juga merupakan negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia. Pantai-pantai di Bali, tempat menyelam di Bunaken, Gunung Rinjani di Lombok, dan berbagai taman nasional di Sumatera merupakan contoh tujuan wisata alam di Indonesia. Tempat-tempat wisata itu didukung dengan warisan budaya yang kaya yang mencerminkan sejarah dan keragaman etnis Indonesia yang dinamis dengan 719 bahasa daerah yang dituturkan di seluruh kepulauan tersebut. Candi Prambanan

dan Borobudur, Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat, Keraton Kasepuhan, Toraja, Yogyakarta, Minangkabau, dan Bali merupakan contoh tujuan wisata budaya dan sejarah di Indonesia.

Daerah-daerah di Indonesia memiliki pesona tersendiri yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, terdapat 10 provinsi yang paling banyak di kunjungi oleh wisatawan mancanegara adalah Provinsi Bali, Banten, Kepulauan Riau, Jawa Timur, Sumatera Utara, Jawa Barat, Daerah Istimewa Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Utara, dan Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pesona dari daerah-daerah tersebut telah menyumbang kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat. Berikut jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia tahun 2013-2017.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Mancanegara Indonesia Tahun 2013-2017

Tahun	Wisatawan Mancanegara (Orang)
2013	8.800.000
2014	9.430.000
2015	10.230.000
2016	11.520.000
2017	14.040.000

Sumber : Kementerian Pariwisata RI Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 yang penulis sajikan diatas, menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, hal tersebut mengindikasikan bahwa Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki potensi wisata yang sangat menarik di mata para wisatawan. Provinsi Jawa barat merupakan salah satu dari 10 provinsi di Indonesia yang paling sering di kunjungi oleh wisatawan. Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi

terpadat jumlah penduduknya yang memiliki banyak industri pariwisata seperti wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, minat khusus dan wisata jenis lainnya. Provinsi Jawa Barat memiliki atraksi dan amenities wisata yang komplit. Atraksi adalah kegiatan yang bisa dilakukan di sebuah destinasi wisata sementara amenities adalah faktor penunjang saat wisata seperti restoran maupun penginapan. Berikut ini jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Jawa Barat :

Tabel 1.2
Jumlah Wisatawan Provinsi Jawa Barat Tahun 2013-2017

Tahun	Wisatawan Mancanegara (Orang)	Wisatawan Nusantara (Orang)	Total (orang)
2013	916.533	31.702.138	32.618.671
2014	1.059.904	33.617.999	34.677.903
2015	960.358	38.286.230	39.246.588
2016	2.673.379	39.195.688	43.703.778
2017	2.945.716	42.406.484	45.352.200

Sumber : Disparbud Provinsi Jawa Barat Tahun 2018

Berdasarkan pada Tabel 1.2 yang penulis sajikan diatas, menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Jawa Barat Selalu mengalami kenaikan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Hal tersebut sangat jelas bahwa Provinsi yang mempunyai luas 35.222 km² dengan ibukota Bandung tersebut merupakan provinsi yang sangat menarik bagi para wisatawan.

Provinsi Jawa Barat memiliki beberapa kota dan kabupaten didalamnya, terdapat 17 kabupaten dan 9 kota di jawa barat (www.jabarprov.go.id). Salah satu kota yang ada di provinsi Jawa Barat adalah Kota Cirebon. Kota Cirebon menyimpan banyak potensi wisata didalamnya dari wisata alam maupun buatan. Selain itu juga Kota Cirebon memiliki wisata sejarah, budaya, dan kuliner yang sangat beragam, sehingga banyak wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara memilih kunjungan ke Kota Cirebon. Perkembangan jumlah wisatawan

mancanegara dan jumlah wisatawan nusantara sangat berpengaruh terhadap sektor pariwisata di setiap destinasi. Berikut ini jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Cirebon pada tahun 2013 sampai tahun 2017 :

Tabel 1.3
Jumlah Wisatawan Kota Cirebon Tahun 2013-2017

Tahun	Wisatawan Mancanegara (Orang)	Wisatawan Nusantara (Orang)	Total (Orang)
2013	10.328	490.880	501.208
2014	10.921	509.263	520.184
2015	14.788	671.333	686.121
2016	9.024	822.128	831.152
2017	7.323	891.754	899.077

Disporbudpar Kota Cirebon Tahun 2018

Berdasarkan pada Tabel 1.3 yang penulis sajikan diatas, menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Cirebon mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Peningkatan jumlah wisatawan ke Kota Cirebon ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya, mulai dari bertambahnya destinasi wisata dan daya tarik wisata yang ada di Kota Cirebon serta didukung oleh peningkatan berbagai fasilitas yang dapat mendukung kegiatan wisata para wisatawan yang datang ke Kota Cirebon. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan memberikan dampak yang positif bagi masyarakat Kota Cirebon itu sendiri.

Kota dengan julukan “kota udang” itu juga memiliki beberapa kawasan taman di antaranya Taman Air Sunyaragi dan Taman Ade Irma Suryani. Sementara beberapa makanan khas kota ini sebagai bagian dari wisata kuliner antara lain : sega jambang, sega lengko, empal gentong, docang, tahu gejrot, kerupuk melarat, mendoan, sate beber, mi koclok, empal asem, nasi goreng cirebon, ketoprak cirebon, bubur ayam cirebon, kerupuk udang, dan sebagainya.

Sebagai salah satu tujuan wisata di Provinsi Jawa Barat, Kota Cirebon menawarkan banyak pesona mulai dari wisata sejarah tentang kejayaan islam, kisah para wali, Komplek Makam Sunan Gunung Jati di Gunung Sembung sekitar 15 km kearah barat pusat kota, Masjid Agung Sang Cipta Rasa, Masjid At-Taqwa, Kelenteng Kuno, Keraton-keraton, dan bangunan – bangunan bersejarah peninggalan zaman Belanda dan semua objek wisata lainnya. Dari semua objek wisata yang ada di Kota Cirebon tersebut terdapat 4 keraton yang merupakan objek wisata yang menjadi ciri khas tersendiri dari Kota Cirebon. Berikut ini adalah data jumlah kunjungan wisatawan di keraton-keraton yang ada di Kota Cirebon.

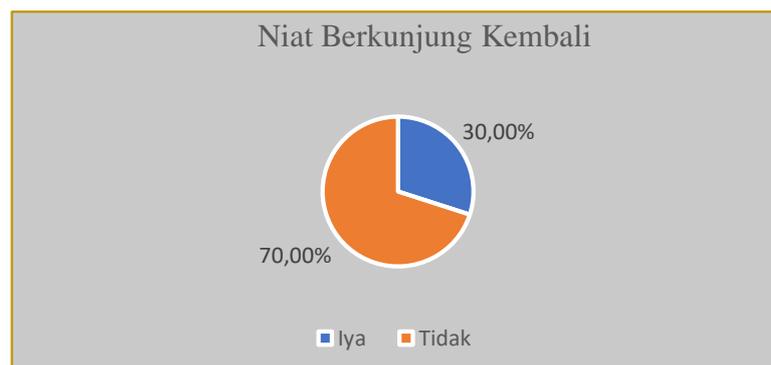
Tabel 1.4
Data Jumlah Kunjungan Keraton di Kota Cirebon

Nama Keraton & Tahun Berdiri	2014			2015			2016			2017		
	Nusan tara	Asing	Total	Nusan tara	Asing	Total	Nusan tara	Asing	Total	Nusan Tara	Asing	Total
Kasepuhan 1529 Masehi	88.593	562	89.155	120.751	504	121.255	87.104	446	87.550	77.872	467	78.339
Kanoman 1678 Masehi	4.670	357	5027	5.010	560	6.570	8.212	417	8.629	5.353	383	9.736
Kaprabonan 1696 Masehi	1.221	56	1.277	1.459	98	1.557	2.009	167	2.176	2.798	201	2.999
Kacirebonan 1800 Masehi	8.073	157	8.230	14.554	361	14.915	16.591	629	17.220	16.772	501	17.273

Sumber : Hasil Survei Lapangan di Empat Keraton di Kota Cirebon

Berdasarkan pada Tabel 1.4 yang penulis sajikan diatas, menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Keraton Kanoman, Keraton Kaprabonan, dan Keraton Kacirebonan dalam kurun waktu 4 tahun terakhir selalu mengalami peningkatan meskipun tidak signifikan, beda halnya dengan Keraton Kasepuhan yang mengalami penurunan jumlah wisatawan dalam dua tahun terakhir. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Keraton

Kasepuhan pada tahun 2014 sebanyak 89.155 wisatawan dan pada tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menjadi 121.255 wisatawan tetapi pada tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan menjadi 87.550 dan 78.339 wisatawan. Atas dasar itulah penulis menentukan objek wisata Keraton Kasepuhan untuk di jadikan lokasi penelitian dan dari data kunjungan wisatawan tersebut dapat penulis tarik kesimpulan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Keraton Kasepuhan mengalami tingkat kunjungan yang fluktuatif. Untuk lebih meyakinkan dan dapat dijadikan sebagai landasan penelitian, maka penulis melakukan penelitian pendahuluan mengenai *revisit intention* wisatawan ke objek wisata Keraton Kasepuhan kepada 30 responden pengunjung objek wisata Keraton Kasepuhan. Penelitian pendahuluan ini dilakukan selama 2 hari yaitu pada hari Sabtu dan Minggu tanggal 17 dan 18 Maret 2018. Berikut ini adalah hasil penelitian pendahuluan mengenai *revisit intention* wisatawan ke objek wisata Keraton Kasepuhan.



Gambar 1.1
Persentase Revisit Intention Wisatawan ke Keraton Kasepuhan
 Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian Pendahuluan 2018

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Gambar 1.1 yang penulis sajikan pada diatas, menunjukkan bahwa sebanyak 30 % wisatawan yang telah mengunjungi Keraton Kasepuhan memiliki niat untuk berkunjung kembali sisanya

sebesar 70 % tidak memiliki niat untuk berkunjung kembali ke Keraton Kasepuhan. Besarnya persentase dari ketidakinginan wisatawan untuk berkunjung kembali didasari oleh berbagai faktor yang mempengaruhinya. Dengan adanya permasalahan yang terjadi maka perlu adanya penyelesaian, karena dampak dari sedikitnya niat wisatawan untuk berkunjung kembali akan berdampak pula pada tingkat kunjungan yang akan mendatang pun akan terus mengalami penurunan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis pada hari Senin tanggal 19 Maret dengan Bapak Iman Sugiman selaku wakabag informasi dan pemandu, masih sering terjadi keluhan-keluhan yang disampaikan oleh para wisatawan baik secara langsung kepada Badan Pengelola Keraton Kasepuhan (BKPD) maupun tidak langsung yaitu melewati email ataupun media sosial. Berikut ini keluhan-keluhan wisatawan Keraton Kasepuhan diantaranya dapat dilihat pada Tabel 1.6.

Tabel 1.5
Keluhan Wisatawan Keraton Kasepuhan

No	Keluhan	Poin
1	Wisatawan mengeluhkan pedagang kaki lima di sekitar Keraton Kasepuhan yang tidak ditata dengan rapih sehingga keraton terkesan kumuh dan sangat mengganggu kenyamanan wisatawan	Kumuh
2	Wisatawan mengeluhkan Keraton Kasepuhan yang mempunyai luas 25 hektar tetapi petunjuk arah di dalam keraton sangat sedikit sehingga para wisatawan sering tersasar	Petunjuk arah
3	Wisatawan mengeluhkan jumlah pemandu yang sangat terbatas sehingga tidak bisa melayani wisatawan dengan maksimal terutama pada saat akhir pekan	Pemandu
4	Wisatawan mengeluhkan kurangnya fasilitas bangku atau tempat istirahat di titik-titik tertentu di area keraton	Fasilitas
5	Wisatawan mengeluhkan kurang bersihnya toilet dan halaman Keraton Kasepuhan	Kebersihan
6	Wisatawan mengeluhkan lahan parkir yang kurang dan terkesan semrawut sehingga wisatawan kurang nyaman untuk memarkirkan kendaraannya	Kenyamanan Tempat Parkir
7	Masih terdapatnya pemandu wisata yang kurang ramah terhadap pengunjung Keraton Kasepuhan	Sikap

Sumber : Hasil Wawancara Dengan Wakabag Informasi dan Pemandu (2018)

Berdasarkan Tabel 1.5 yang penulis sajikan diatas, menunjukkan masih ada

keluhan-keluhan wisatawan yang ditunjukkan kepada pihak Keraton Kasepuhan mengindikasikan adanya wisatawan yang merasa kecewa di berbagai aspek. Diantaranya adalah kekumuhan keraton, pemandu yang kurang maksimal dalam melayani wisatawan, terbatasnya petunjuk arah di area Keraton, fasilitas yang kurang mendukung, kebersihan yang kurang terjaga serta kesemrawutan tempat parkir dan masih adanya ketidakramahan pemandu wisata terhadap para pengunjung Keraton Kasepuhan. Adanya keluhan-keluhan dari wisatawan tersebut haruslah menjadi bahan evaluasi bagi pihak Keraton Kasepuhan untuk memperbaikinya.

Penulis juga melakukan penelitian pendahuluan untuk mengetahui bagaimana kepuasan wisatawan di Keraton Kasepuhan, penelitian pendahuluan ini dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu tanggal 14 dan 15 April 2018 dengan 30 responden wisatawan Keraton Kasepuhan. Berikut adalah hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan wisatawan di keraton Kasepuhan yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.2
Persentase Kepuasan Wisatawan Keraton Kasepuhan
Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian Pendahuluan 2018

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Gambar 1.2 yang penulis sajikan diatas, menunjukkan bahwa sebanyak 40% wisatawan yang telah

berkunjung ke Keraton Kasepuhan merasa puas dan sisanya sebesar 60% merasa tidak puas. Besarnya persentase ketidakpuasan wisatawan tersebut mengindikasikan bahwa harapan wisatawan yang masih belum bisa dipenuhi oleh pihak Keraton Kasepuhan. Hal tersebut haruslah menjadi evaluasi bagi pihak Keraton Kasepuhan untuk memperbaiki dari berbagai aspeknya agar wisatawan yang berkunjung ke Keraton Kasepuhan merasa puas dan tentu jika kepuasan tercapai akan sangat memberikan manfaat yang positif bagi pihak Keraton Kasepuhan.

Revisit intention yang merupakan adopsi dari *repurchase intention* termasuk ke dalam salah satu perilaku pasca-pembelian atau *post purchase behavior* (Som dkk, 2012). Untuk meningkatkan *revisit intention* suatu destinasi harus mengetahui faktor apa saja yang mampu mempengaruhi *revisit intention*. Saat ini *revisit intention* dianggap sangat penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu destinasi dan mengontrol kunjungan wisatawan di masa mendatang, karena wisatawan yang merasa puas cenderung akan melakukan kunjungan kembali serta *word of mouth* yang positif. Selain itu *revisit intention* dan *positive word of mouth* juga merupakan sumber penting dari profitabilitas (Som dkk, 2012).

Untuk itu, kepuasan dapat dijadikan sebagai salah satu perantara untuk menentukan apakah wisatawan akan melakukan kunjungan ulang atau tidak akan melakukan kunjungan ulang. Menurut Kotler dan Keller (2016:153) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja pelayanan (hasil) yang diterima dan dirasakan dengan kinerja yang diharapkan oleh konsumen. Apabila kinerja atau pengalaman jatuh tidak sesuai dengan harapan, akibatnya pelanggan akan merasa

tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sedangkan apabila kinerja melebihi harapan dari pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat puas atau sangat senang. Implikasi atau dampak dari kepuasan tersebut akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang di masa mendatang.

Hubungan antara *tourist satisfaction* dengan *revisit intention* juga diterangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Nuur Al Qodar Nafisah Andini (2016). Dari hasil penelitian tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *tourist satisfaction* terhadap variabel *revisit intention* sebesar 47.7 % dan sisanya sebesar 52.3 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *tourist satisfaction* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention* wisatawan.

Terjadinya penurunan jumlah wisatawan di objek wisata Keraton Kasepuhan disertai dengan hasil penelitian pendahuluan mengenai *revisit intention* wisatawan ke objek wisata Keraton Kasepuhan yang masih sangat rendah dan hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan wisatawan di objek wisata Keraton Kasepuhan yang menunjukkan hasil yang kurang baik serta masih adanya beberapa keluhan di sebagian aspeknya membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*) di objek wisata Keraton Kasepuhan, peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan 30 responden wisatawan Keraton Kasepuhan. Penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*) dilakukan selama 2 hari yaitu pada hari Sabtu dan Minggu tanggal 28 dan 29 Juli 2018.

Berikut ini adalah hasil penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*) di objek wisata Keraton Kasepuhan

Tabel 1.6
Hasil Penelitian Pendahuluan *Marketing Mix* di Keraton Kasepuhan

No	<i>Marketing Mix</i>	Pernyataan	Jawaban					Total
			SS	S	KS	TS	STS	
1	<i>Product</i>	Koleksi benda-benda bersejarah di Keraton Kasepuhan sangat unik serta beragam dan memiliki daya tarik bagi wisatawan	13	14	2	1	-	30
		Festifal-festifal yang dilakukan Keraton Kasepuhan menarik bagi anda untuk berwisata di Keraton Kasepuhan	8	21	1	-	-	30
2	<i>Price</i>	Biaya masuk ke objek wisata Keraton Kasepuhan relative terjangkau	13	17	-	-	-	30
		Biaya masuk ke objek wisata Keraton Kasepuhan lebih murah dibandingkan dengan objek wisata lainnya yang ada di Kota Cirebon	13	14	2	1	-	30
3	<i>Place</i>	Lokasi Keraton Kasepuhan berada di tempat yang strategis di kota Cirebon	11	16	1	1	1	30
		Akses menuju keraton Kasepuhan banyak dilalui transportasi public	13	13	2	1	1	30
4	<i>Promotion</i>	Alat promosi melalui media sosial, internet maupun elektronik yang dipublikasikan pihak Keraton Kasepuhan menarik perhatian anda	4	19	2	4	1	30

Tabel 1.6 Lanjutan

		Promosi melalui brosur-brosur yang dilakukan pihak Keraton Kasepuhan menarik perhatian anda untuk berwisata ke Keraton Kasepuhan	7	15	6	2	-	30
5	<i>People</i>	Karyawan/pegawai objek wisata Keraton Kasepuhan berpenampilan rapih dan menarik	15	13	2	-	-	30
		karyawan/pegawai objek wisata Keraton Kasepuhan selalu sigap dalam melayani wisatawan	2	4	14	9	1	30
		Karyawan/pegawai handal dalam memberikan informasi yang jelas tentang sejarah Keraton Kasepuhan	2	3	9	14	2	30
6	<i>Process</i>	Proses pembelian tiket masuk cepat dan mudah	12	17	1	-	-	30
7	<i>Physical Evidence</i>	Keraton Kasepuhan sangat megah	11	16	2	1	-	30
		Keraton Kasepuhan memiliki desain arsitektur yang unik	19	8	2	1	-	30

Sumber : Hasil olah data kuisioner pendahuluan 2018

Berdasarkan pada Tabel 1.6 yang penulis sajikan diatas, dapat dilihat bahwa dari hasil penelitian pendahuluan mengenai *marketing mix* yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan adanya masalah kualitas pelayanan pada objek wisata Keraton Kasepuhan. Wisatawan menilai pelayanan yang dilakukan oleh pihak Keraton Kasepuhan masih belum optimal dan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan atau yang diharapkan oleh para wisatawan.

Hasil penelitian pendahuluan tersebut dapat mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Keraton Kasepuhan belum optimal dalam

menjaga dan meningkatkan kepuasan wisatawan. Jumlah kunjungan yang mengalami fluktuatif juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh objek wisata tersebut masih belum maksimal, selain itu dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada wakabag informasi dan pemandu Keraton Kasepuhan masih adanya keluhan yang dialami oleh wisatawan di Keraton Kasepuhan.

Philip Kotler & Amstrong (2014:7) dalam bukunya *Principle of marketing* yaitu ”*Costomer satisfaction is closely linked to quality. Quality has a direct impact of product performance and customer satisfaction*”. Artinya, kepuasan konsumen sangat berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap performa produk dan kepuasan konsumen. Fandy Tjiptono (2014:118) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut irawan (2012:37) kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor pendorong kepuasan konsumen.

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung juga diterangkan dalam jurnal Andrian Dwiki, Wahyu Hidayat (2017). Dari hasil penelitian tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pengunjung sebesar 52.4 % dan sisanya sebesar 47.6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Adapun hubungan antara kualitas pelayanan dengan niat berkunjung kembali wisatawan diterangkan dalam jurnal I Gede Noviana Putra, I Nyoman Sudiarta, I GPB. Sasrawan Mananda (2016). Dari hasil penelitian tersebut dapat

diperoleh kesimpulan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel niat berkunjung kembali wisatawan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan wisatawan maka semakin besar niat berkunjung kembali wisatawan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan mengangkat judul: **“Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Tourist Satisfaction* Serta Implikasinya pada *Revisit Intention* (Studi Wisatawan Keraton Kasepuhan Kota Cirebon)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah penulis uraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi dan merumuskan masalah dari penelitian yaitu sebagai berikut.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian yang telah dibahas diatas dapat diidentifikasi masalah-masalah yang sedang dilakukan di Keraton Kasepuhan Kota Cirebon dapat lebih membantu peneliti dalam mengidentifikasi masalah yang terjadi yaitu sebagai berikut :

1. Terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2016 dan 2017.
2. Dari hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa niat berkunjung kembali wisatawan cukup rendah.
3. Harapan wisatawan yang tidak tercapai.
4. Pedagang kaki lima di Keraton Kasepuhan kurang tertata sehingga suasana keraton terkesan kumuh.

5. Kurangnya petunjuk arah di keraton sehingga wisatawan sering tersasar.
6. Pemandu yang kurang maksimal dalam melayani wisatawan.
7. Fasilitas untuk beristirahat yang kurang memadai.
8. Kurang bersihnya toilet sehingga sehingga mengurangi kenyamanan.
9. Halaman keraton yang masih kurang terjaga kebersihannya
10. Lahan parkir yang terkesan kurang memadai dan terkesan semrawut.
11. Masih adanya pemandu yang kurang ramah kepada wisatawan.
12. Dari hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa *tourist satisfaction* di Keraton Kasepuhan kurang maksimal.
13. Dari hasil penelitian pendahuluan bahwa *service quality* di Keraton Kasepuhan menunjukkan hasil yang kurang maksimal.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi tersebut diatas penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan wisatawan mengenai *service quality* di Keraton Kasepuhan.
2. Bagaimana *tourist satisfaction* di Keraton Kasepuhan.
3. Bagaimana *revisit intention* wisatawan ke Keraton Kasepuhan.
4. Seberapa besar pengaruh *service quality* terhadap *tourist satisfaction*.
5. Seberapa besar pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention*.
6. Seberapa besar pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention*.
7. Seberapa besar pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* melalui *tourist satisfaction*.

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mendapatkan dan juga untuk mengumpulkan data-data yang relevan untuk diolah menjadi informasi-informasi yang diperlukan oleh penulis dalam penyusunan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

Tujuan dalam melakukan penelitian di Keraton Kasepuhan Kota Cirebon yaitu untuk menganalisis dan mengetahui :

1. Tanggapan wisatawan mengenai *service quality* di Keraton Kasepuhan.
2. Tingkat *tourist satisfaction* di Keraton Kasepuhan.
3. *Revisit intention* wisatawan ke Keraton Kasepuhan.
4. Besarnya pengaruh *service quality* terhadap *tourist satisfaction*.
5. Besarnya pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* wisatawan ke Keraton Kasepuhan.
6. Besarnya pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention* wisatawan ke Keraton Kasepuhan.
7. Besarnya pengaruh *service quality* terhadap *revisit intention* wisatawan ke Keraton Kasepuhan melalui *tourist satisfaction*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperoleh penulis pada penelitian mengenai pengaruh *service quality* terhadap *tourist satisfaction* serta implikasinya pada *revisit intention* (Studi wisatawan Keraton Kasepuhan Kota Cirebon) adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep atau teori perkembangan ilmu tentang manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan pengaruh *service quality* terhadap *tourist satisfaction* serta implikasinya pada *revisit intention*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan diskusi atau wacana ilmiah serta dapat digunakan sebagai dasar penelitian berikutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti
 - a. Saya dapat mengetahui bahwa *service quality* yang dilakukan oleh Keraton Kasepuhan kepada para wisatawan masih kurang optimal.
 - b. Saya dapat mengetahui bahwa *tourist satisfaction* di Keraton Kasepuhan masih rendah.
 - c. Saya dapat mengetahui bahwa *revisit intention* wisatawan ke Keraton Kasepuhan masih rendah.
 - d. Menjadi lebih mengetahui dan memahami kendala praktek pemasaran terutama mengenai pemasaran pariwisata.
2. Bagi pihak Keraton Kasepuhan Kota Cirebon
 - a. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat membantu Keraton Kasepuhan untuk meningkatkan *service quality* agar lebih baik.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Keraton Kasepuhan untuk memenuhi harapan dari para wisatawan.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Keraton Kasepuhan untuk meningkatkan *revisit intention* wisatawan ke Keraton Kasepuhan.

- d. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak Keraton Kasepuhan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan pencapaian tujuan.
3. Bagi pihak lain
 - a. Sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lain yang sejenis.
 - b. Sebagai masukan bagi peneliti lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.
 - c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai perbandingan untuk penelitian sejenis.