

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata telah menjadi aktivitas dan bisnis yang semakin berkembang pesat serta menjadi salah satu sumber pendapatan baik bagi negara, usaha, dan masyarakat. Pariwisata telah menjadi industri dan juga suatu bisnis yang semakin berkembang sehingga memberikan keuntungan dalam meningkatkan devisa negara karena mampu menyediakan lapangan kerja, sumber pendapatan dan mendorong kemajuan industri lain yang terikat. Setiap negara menyajikan keunikan budaya dan menawarkan berbagai atraksi, akomodasi, layanan, dan fasilitas. Pencitraan destinasi sebagai alat pemasaran yang berpotensi kuat saat menghadapi persaingan yang kompetitif. Suatu negara harus menyajikan atribut destinasi dan menawarkan keuntungan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan wisatawan. Pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan merupakan salah satu strategi untuk dapat menarik sebanyak mungkin wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Daya tarik wisata yang ditawarkan oleh pengelola suatu destinasi wisata merupakan komponen terpenting dalam keberhasilan pemasaran suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata yang unik dan berbeda dengan destinasi lain akan mendorong wisatawan untuk datang dan berkunjung daerah tujuan wisata tersebut.

Dalam kaitan dengan destinasi wisata, loyalitas pengunjung tetap menjadi indikator penting dari suksesnya pengembangan destinasi. Banyak penelitian terdahulu dari loyalitas pengunjung, kualitas perjalanan, nilai pelanggan, dan kepuasan, dalam berbeda letak seperti negara, kota, dan pulau. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Dua hal yang menjadi pertimbangan utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan ialah pertama karena semakin mahal biaya berolehan pelanggan baru dalam kompetisi yang semakin ketat, kedua adalah adanya kenyataan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan berbanding lurus dengan pertumbuhan hubungan antara perusahaan dan pelanggan secara permanen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yuliantina dan Gitasiswhara (2013) penelitian menunjukkan bahwa *servicescape* yang terdiri dari *ambient conditions, spatial layout and functionality*, dan *signs, symbols and artifacts* berpengaruh terhadap loyalitas tamu mancanegara di Alam Kukul Boutique Resort Bali. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi tanggapan tamu mancanegara terhadap *servicescape* maka semakin tinggi loyalitas tamu mancanegara Alam Kukul Boutique Resort Bali.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurochani dan Mulyana (2017) *servicescape* dan citra merek baik secara bersama-sama atau berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Klinik Bersalin Bunga Mawarni. Hal ini menunjukkan bahwa semakin ditingkatkan *servicescape* dan citra merek, maka akan meningkatkan keputusan dalam menggunakan layanan klinik bersalin Bunga Mawarni. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati dan Mawardi (2016) Variabel citra destinasi secara bersama-sama terbukti mempengaruhi kepuasan wisatawan. Variabel citra destinasi secara bersama-sama terbukti mempengaruhi loyalitas wisatawan. Variabel kepuasan wisatawan secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Taufik dan Sutomo (2017) maka diperoleh kesimpulan mengenai pengaruh aksesibilitas dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing: (1) Aksesibilitas dan citra destinasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing. (2) Aksesibilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing. (3) Citra Destinasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali ke Telaga Tambing.

Saat ini banyak cara yang dapat dilakukan masyarakat khususnya di Ibu Kota Jakarta untuk mencari hiburan atau melakukan sesuatu hal di luar kegiatan rutinitasnya, mengingat telah banyak berkembangnya sarana alternatif yang bisa dijadikan tempat hiburan. Mencari tempat hiburan di wilayah Jakarta pun sangat bervariasi, namun memilih pergi ke tempat yang dapat memacu adrenalin, merupakan hiburan serta kepuasan tersendiri yang dapat dilakukan bagi sebagian masyarakat. Salah satu tempat yang cukup terkenal oleh masyarakat di wilayah Jakarta adalah Dunia Fantasi Ancol. Dunia Fantasi atau yang lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan Dufan. Dunia Fantasi atau Dufan adalah salah satu taman wisata di kawasan Taman Impian Jaya Ancol yang menjadi favorit wisatawan yang sedang berkunjung ke Jakarta. Dunia fantasi merupakan kawasan objek wisata yang didalamnya terdapat beranekaragam wahana permainan yang dapat di nikmati.

Dunia Fantasi adalah tempat hiburan yang terletak di kompleks Taman Impian Jaya Ancol (Ancol Taman Impian) Jakarta Utara, Indonesia. Dunia Fantasi mempunyai maskot berupa Kera jenis Bekantan yang diberi nama Dufan (Singkatan dari Dunia Fantasi). Dipilih Kera sebagai karakter adalah untuk mengingatkan bahwa Ancol dahulu adalah kawasan kera. Pemilihan Kera jenis Bekantan adalah semata-mata untuk mengenalkan jenis satwa langka yang kini dilindungi. Pada awalnya bentuk karikatural Kera Bekantan ini divisualisasikan oleh Matari *advertising* yang ikut serta dalam program komunikasi awal Dunia Fantasi karena pada saat itu Agustinus Teddy Damanto selaku ketua sekaligus penanggung jawab BenDufa (Bengkel Dunia Fantasi) sangat sibuk dalam tahap penyelesaian akhir, oleh karena itu pengvisualisasian diberikan pada Matari *Advertising*, namun setelah Dunia Fantasi dibuka untuk umum visualisasi karakter

Dufan diambil alih kembali oleh team BenDufa dan tercipta logo dan maskot Dunia Fantasi ialah Kera jenis Bekantan yang diberi nama Dufan. Dan ada berbagai macam karakter dan maskot selain Si Dufan atau Kera Bekantan yang berada di dalam tempat rekreasi Dunia Fantasi Ancol yaitu ada Dufi (Dunia Fiksi), Kabul (Katak Tukang Kibul), Bije (Bison Jenaka), Garin (Garuda Indonesia), Tanit (Tapir Genit), Kombi (Komodo Gembira), Cili (Kancil Cilik), dan Barus (Babi Rusa).

Dunia Fantasi dibagi dalam beberapa kawasan dengan tema tersendiri dan ciri khas wilayah masing-masing. Pembagian kawasan ini ditujukan untuk membangkitkan imajinasi pengunjung yang diharapkan merasakan sensasi berjalan-jalan pada daerah Jakarta zaman dahulu, Eropa, Amerika, Indonesia, Asia, Fantasi Yunani, Fantasi Hikayat, Balara, dan Istabon. Di kawasan Jakarta ada wahana Turangga-rangga, di kawasan Kalila ada wahana Kalila *Adventure*, di kawasan Indonesia ada wahana Alap-alap, Tornado, di kawasan Eropa ada wahana Beng-beng, Kicir-kicir, Hysteria, di kawasan Hiyakat ada wahana Burung Tempur, Perang Bintang, Rajawali, di kawasan Fantasi Yunani ada wahana Halilintar, Ombang-ambing, Ontang-anting, Pontang-pontang, Arum Jeram, Hikayat Games, Teater Simulator, Historiel Dunia Fantasi, Pentas Prestasi, di kawasan Amerika ada wahana Lorong Sesat, Niagara, Poci-poci, Rango-rango, Tembak Jitu, di kawasan Istana ada wahana Istana Boneka, di kawasan Asia ada wahana Baku Toki, Dufan *Indoor Hall* ada beberapa wahana yang berada di dalam Dufan *Indoor* (*Ice Age*, Kontiki, Hello Kitty, Bianglala, Gajah Bledug, Kora-Kora).

Dunia Fantasi Ancol adalah sebuah kawasan bertema di Ancol Taman Impian dan sebagai *Top of Mind* destinasi wisata Jakarta, serta Indonesia segera menghadirkan pengalaman baru dan seru. Dengan mengusung *The Innovator*, di tahun 2019 ini. Dufan menghadirkan sesuatu yang berbeda yaitu sebuah kawasan baru dengan tema Dunia Kartun. Ada 9 (Sembilan) wahana baru yang di kawasan Dunia Kartun yaitu: Baling-Baling, Paralayang, Turbo Drop, Karavel, Kolibri, ZigZag, New Ontang-Anting, Haunted Coaster, New Fantastique.

Dari pembahasan diatas penelitian ini, penelitian ini diberi judul **”Pengaruh Servicescape Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Variabel Intervening Citra Destinasi (Studi Kasus Pada Dunia Fantasi Di Taman Impian Jaya Ancol)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis pilih maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *servicescape* terhadap niat beli ulang pada Dunia Fantasi Ancol ?
2. Apakah terdapat pengaruh *servicescape* terhadap citra destinasi pada Dunia Fantasi Ancol ?
3. Apakah terdapat pengaruh citra destinasi terhadap niat beli ulang pada Dunia Fantasi Ancol ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *servicescape* terhadap niat beli ulang pada Dunia Fantasi Ancol.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *servicescape* terhadap citra destinasi pada Dunia Fantasi Ancol.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh citra destinasi terhadap niat beli ulang pada Dunia Fantasi Ancol.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dan berguna untuk berbagai pihak.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya untuk referensi dan pengetahuan tentang pengaruh *servicescape*, citra destinasi terhadap niat beli ulang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam upaya perencanaan strategi pemasaran untuk memperbaiki pelayanan dan kualitas pada Dunia Fantasi di Taman Impian Jaya Ancol.