BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia terus menunjukkan kemajuan yang signifikan sejalan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap aktivitas wisata berbasis alam dan pengalaman. Salah satu tren wisata yang berkembang pesat adalah ekowisata dan wisata edukasi, di mana wisatawan tidak hanya mencari hiburan, tetapi juga pengalaman yang bermakna dan berkelanjutan (Fandeli & Mukhlison, 2020). Peristiwa ini menyebabkan pelaku usaha pariwisata harus lebih inovatif dalam menciptakan pengalaman pelanggan (*customer experience*) yang menyeluruh, kompetitif dalam menetapkan harga, serta memastikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan atau organisasi, perasaan senang maupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja dalam suatu produk dan harapannya (Wardhana, 2024:289). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting keberhasilan sebuah destinasi wisata. Pelanggan yang puas cenderung akan melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan kepada orang lain, sehingga berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha. Berbagai faktor diyakini berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang sangat penting

dalam industri jasa seperti *customer experience*, harga, dan kualitas pelayanan (Wicaksono, 2020; Jaswita, 2024).

Customer experience merupakan suatu proses pembelajaran dan pertumbuhan potensi bertingkah laku baik dari pendidikan formal maupun non-formal konsumen akan sangat bergantung terhadap kualitas pengalaman di mana pengalaman dapat diperoleh hanya melalui pengalaman pembelian sebelumnya (*prior purchase experience*) (Prabawa, 2023:16). Pengalaman yang positif di setiap tahapan ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan jika pengalaman negatif yang banyak diterima maka akan berdampak menurunnya tingkat kepuasan pelanggan.

Selain pengalaman yang bisa meningkatkan kepuasan pelanggan faktor harga juga memainkan peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian dan evaluasi kepuasan pelanggan. Harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dengan strategi pemasaran (Manehat & Tobing 2024). Jika terdapat ketidaksesuaian antara harga yang dibayar dengan manfaat yang diterima, maka akan muncul ketidakpuasan yang dapat berakibat pada penurunan loyalitas pengunjung. Harga yang kompetitif namun tetap sebanding dengan kualitas layanan yang ditawarkan cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain pengalaman pelanggan dan harga, kualitas pelayanan yang diberikan harus memiliki standar dan profesionalisme yang begitu baik agar bisa memenuhi harapan konsumen. Jika kualitas pelayanan yang diterima lebih besar dibanding apa yang diharapkannya maka konsumen tentu akan merasa puas

(Prastyo dan Agil, 2021). Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya memberikan pengalaman positif bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan persepsi mereka terhadap nilai layanan secara keseluruhan. Selain itu pelayanan yang responsif, akurat, dan memberikan perhatian kepada kebutuhan pelanggan juga tentunya akan berkontribusi positif terhadap kepuasan mereka.

Dusun Sahabat Alam, yang terletak di Kota Malang, Jawa Timur, merupakan salah satu destinasi wisata edukatif dan alam yang menawarkan pengalaman langsung kepada pengunjung, seperti berinteraksi dengan alam, pertanian organik, serta kegiatan belajar luar ruang. Dalam menarik dan mempertahankan pengunjung, destinasi ini tidak hanya bergantung pada keindahan alam saja, tetapi juga pada bagaimana pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan secara keseluruhan, mulai dari interaksi dengan staf, keunikan aktivitas, harga tiket dan fasilitas, hingga kualitas pelayanan yang dirasakan selama berada di lokasi.

Dusun Sahabat Alam memberikan pengalaman yang menarik bagi pengunjung dimana dapat merasakan suasana pedesaan yang dikelilingi kebun sayur dan buah, serta sungai irigasi yang dapat dijelajahi dengan *trekking* yang mampu menciptakan pengalaman kembali ke alam. Selain itu Dusun Sahabat Alam menyediakan beberapa fasilitas yang menjadi daya tarik pengunjung seperti area *outbound* yang lengkap dengan wahana *high rope* dan *flying fox*, lahan kebun edukatif seluas 4.000 meter persegi, peternakan mini yang interaktif, serta penginapan alam berupa tenda dan pondok kayu bernuansa pedesaan. Tidak hanya itu, tersedia juga fasilitas pengamatan astronomi malam dengan teleskop

profesional yang memberikan pengalaman unik belajar tentang alam semesta di tengah suasana alam yang sejuk dan tenang. Maka dari itu, pengunjung tidak hanya merasakan pesona alam saja, namun juga dapat belajar sambil bermain, serta turut melestarikan alam setelah melakukan ke Dusun Sahabat Alam.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting keberhasilan sebuah destinasi wisata. Pelanggan yang puas cenderung akan melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan kepada orang lain, sehingga berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha. Berdasarkan informasi dari Dusun Sahabat Alam, terdapat keluhan dari beberapa pengunjung mengenai kurangnya informasi, fasilitas yang belum optimal, serta harga yang dianggap tidak sesuai dengan pengalaman yang dirasakan. Fenomena ini menandakan adanya potensi ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realitas yang diterima oleh pengunjung. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh *customer experience*, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya pada pengunjung Dusun Sahabat Alam. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola destinasi untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas layanan secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul ” **Pengaruh *Customer Experience*, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Dusun Sahabat Alam Malang**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *costumer experience* (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) Dusun Sahabat Alam Malang?
2. Apakah kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) Dusun Sahabat Alam Malang?
3. Apakah harga (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) Dusun Sahabat Alam Malang?
4. Apakah *costumer experience* (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung (Y) Dusun Sahabat Alam Malang?
5. Diantara *costumer experience* (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3), manakah variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung Dusun Sahabat Alam Malang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *costumer experience* (X1) secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) Dusun Sahabat Alam Malang.

- b. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga (X2) secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) Dusun Sahabat Alam Malang.
- c. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X3) secara parsial terhadap kepuasan pengunjung (Y) Dusun Sahabat Alam Malang.
- d. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *costumer experience* (XI), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan terhadap kepuasan pengunjung (Y) Dusun Sahabat Alam Malang.
- e. Untuk mengetahui diantara variabel *costumer experience* (XI), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3), yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung (Y), Dusun Sahabat Alam Malang.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam melakukan penelitian, khususnya mengenai *customer experience*, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pengunjung serta memahami pengolahan data dan penyusunan skripsi.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang bermanfaat untuk perusahaan, khususnya mengenai *customer experience*, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pengunjung yang ada dalam perusahaan.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini digunakan sebagai sumber informasi dan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya pada masa yang akan datang mengenai *customer experience*, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pengunjung.