

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS JASA PELAYANAN DAN
KEPUASAN PENGUNJUNG DENGAN MINAT BERKUNJUNG
KEMBALI PADA OBYEK WISATA BAHARI LAMONGAN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mencapai Derajat
Sarjana-S1 Bidang Psikologi dan Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Oleh :

YOMA PUSPI NILAMSARI
F.100.040.069

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2009**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap manusia selalu mempunyai berbagai kebutuhan. Salah satunya adalah berekreasi atau lebih dikenal dengan berwisata yaitu melakukan kegiatan perjalanan dengan mengunjungi daerah-daerah tertentu yang dapat memberikan ketenangan, kesenangan dan kepuasan tersendiri dengan maksud dan tujuan melepaskan kejenuhan di kegiatan sehari-hari (Poerwodarminto, 2005).

Menurut (Karyono, 1997) pariwisata yaitu rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam negara sendiri atau di negara lain. Kegiatan tersebut dengan menggunakan kemudahan, jasa, dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah atau masyarakat, Agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Melihat pandangan masyarakat yang menganggap pariwisata merupakan suatu kebutuhan. Banyak perusahaan baik pemerintah maupun swasta yang tertarik untuk mengembangkan usaha pariwisata di Indonesia salah satunya dengan membangun jenis obyek wisata. Perusahaan-perusahaan tersebut saling bersaing untuk menarik minat wisatawan. Salah satunya dengan cara membangun berbagai jenis permianan, memberikan pelayanan yang baik, dan melengkapi fasilitas umum. Para pengelola jasa pariwisata tersebut dituntut tidak hanya sekedar memproduksi jasa yang dibutuhkan konsumen tetapi harus mengutamakan kepuasan konsumen sebagai pengunjung yang datang ke tempat

wisata tersebut yaitu dengan cara mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan konsumen.

Minat untuk berpariwisata merupakan proses psikologis karena didasarkan untuk memenuhi psikologi seseorang. Menurut Poerwodarminto (2005) minat adalah kesukaan atau kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, perhatian atau keinginan. Minat itu didasari oleh dua faktor yaitu faktor interen yang artinya faktor yang secara langsung dari diri individu sendiri terhadap minat untuk datang ke suatu tempat dan faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar diri individu (Swastha, 1998). Adanya minat individu dapat menimbulkan keinginan. Sehingga timbul perasaan yang muncul dalam dirinya untuk mengambil suatu keputusan yang memuaskan dirinya. Demikian juga minat untuk berkunjung kembali ke tempat wisata yang merupakan gambaran kepuasan seseorang terhadap obyek wisata.

Ketika seseorang memiliki minat untuk mengunjungi tempat wisata tertentu dan mereka merasakan kepuasan dalam berwisata. Maka mereka akan berminat untuk mengunjungi obyek wisata itu kembali. Kepuasan itu sangat dipengaruhi oleh apa yang didapatkan oleh konsumen selama di obyek wisata, salah satunya dengan kualitas jasa pelayanan.

Untuk menarik minat berkunjung kembali, perusahaan pariwisata harus meningkatkan kualitas jasa pelayanan. Menurut Tjiptono (2000) kualitas jasa pelayanan adalah berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengunjung serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pengunjung.

Kepuasan pengunjung harus dijadikan faktor utama untuk menarik minat konsumen, agar memiliki keinginan berkunjung kembali. Menurut Mowen (2006) kepuasan konsumen yaitu sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan pengunjung dalam berpariwisata datang, setelah mereka mendapatkan apa yang dia harapkan. Misalnya dengan: harga tiket yang murah, lokasi yang strategis dan prosedur pelayanan yang baik. Harapan-harapan tersebut merupakan faktor yang memberikan kepuasan pengunjung dalam berpariwisata. Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut perusahaan pariwisata diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap pengunjung, sehingga dapat menarik pengunjung untuk datang kembali ke obyek wisata tersebut.

Salah satu obyek wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi adalah obyek Wisata Bahari Lamongan. Berdirinya wisata bahari lamongan adalah kerjasama antara Pemkab Lamongan dan PT. Bumi Wangsa Sejati yang sebelumnya membangun Jatim park I Batu, malang. Dari kerjasama itu, kemudian dibentuk PT. Bumi Lamongan Sejati sebagai pihak yang mengelola Wisata Bahari Lamongan(www.wisataparlemen.com)

Sejak dibuka saat opening tanggal 14 November 2004, total jumlah pengunjung yang datang 600.000 pengunjung. Rata-rata mereka datang dari warga di Tulung agung, Nganjuk, Kediri, dan Blitar. Pengunjung yang datang semakin berkembang, tren terakhir kunjungan wisatawan domestik berasal dari jawa tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta semakin meningkat.

Kondisi Wisata Bahari Lamongan mempunyai keunggulan yang diantaranya: menyajikan dengan *konsep one stop service* dimana disuatu tempat bisa melakukan banyak hal (jadi tidak hanya wisata tapi juga jalan-jalan, makan-makan, dan belanja-belanja), terdapat juga *souvenir shop* dengan desain yang megah yang menyajikan berbagai produk unggulan, pasar ikan, buah dan sayur, letaknya yang strategis dan dekat dengan rumah-rumah penduduk membuat orang yang ada disekitarnya mudah untuk berkunjung, selain itu Wisata Bahari Lamongan dapat ditingkatkan lagi dengan memenuhi keinginan pengunjung dengan adanya fasilitas-fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang baik dan memuaskan.

Dalam rangka menghadapi persaingan yang tinggi dalam mengelola obyek wisata, diharapkan Wisata Bahari Lamongan memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung dengan meningkatkan jasa pelayanannya. Pelayanan bagi pengunjung merupakan kebutuhan utama yang harus diberikan oleh sebuah perusahaan kepada pengunjung yang datang ke obyek wisata tersebut. Karena pelayanan inilah yang membuat pengunjung merasa disambut dan dilayani dengan baik, sehingga menarik pengunjung untuk datang ke obyek Wisata Bahari Lamongan lagi.

Ditengah optimisme pengembangan obyek Wisata Bahari Lamongan di Jawa Timur, ternyata di obyek Wisata ini dirasakan masih kurang dalam memperhatikan kepuasan pengunjung. Hal ini ditunjukkan oleh beberapa kritikan yang mempersoalkan tentang kebersihan, keamanan dan keramahan petugas dalam memberikan pelayanan (www.wisata.parlemen.com). Sebagai obyek wisata yang paling diburu oleh masyarakat khususnya di wilayah Jawa Timur,

seharusnya pengelola Wisata Bahari Lamongan selalu memperhatikan dan meningkatkan kualitas jasa pelayanannya. Dengan cara membenahi kekurangan dalam pelayanan yang dirasa masih kurang, pihak pengelola harus selalu memperhatikan keinginan pengunjung dalam mendapatkan jasa pelayanan.

Sebagai salah satu tempat tujuan wisata yang paling diminati di Jawa Timur, Wisata Bahari Lamongan telah menawarkan berbagai jenis hiburan untuk menarik minat pengunjung. Untuk menunjang keberadaannya yang memberikan hiburan lengkap, alangkah baiknya jika Wisata Bahari Lamongan memberikan pelayanan yang lebih baik pula. Sehingga pengunjung mendapatkan kepuasan setelah mengunjungi Wisata Bahari Lamongan. Sekalipun Wisata Bahari Lamongan memberikan fasilitas hiburan yang lengkap namun sebagian besar pengunjung masih mengeluhkan terhadap pelayanan yang diberikan. Ketidakpuasan pengunjung yang sering terjadi itu karena pihak pengelola tidak memperhatikan pelayanan-pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pengunjung. Ketidakpuasan pengunjung tersebut sangat mempengaruhi minat konsumen untuk mengunjungi Wisata Bahari Lamongan. Semakin baik kualitas jasa pelayanan dan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi pula minat konsumen untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut “ Apakah ada hubungan antara kualitas jasa pelayanan dan kepuasan pengunjung dengan minat berkunjung kembali pada obyek Wisata Bahari Lamongan ? “

Untuk menjawab pertanyaan peneliti, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ Hubungan Antara Kualitas Jasa Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung dengan Minat Berkunjung Kembali pada Obyek Wisata Bahari Lamongan”.

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung dengan minat berkunjung kembali pada obyek wisata Bahari Lamongan.
2. Mengetahui hubungan kualitas jasa pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata bahari lamongan.
3. Mengetahui hubungan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata bahari lamongan.
4. Peranan kualitas jasa pelayanan terhadap minat berkunjung kembali.
5. Peranan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali.
6. Tingkat Kualitas jasa pelayanan pada subyek penelitian.
7. Tingkat Kepuasan pengunjung subjek penelitian.
8. Tingkat Minat berkunjung kembali pada obyek penelitian.
9. Aspek-aspek kualitas jasa pelayanan yang paling dominan terhadap minat berkunjung kembali.
10. Aspek-aspek pengunjung yang paling dominan terhadap minat berkunjung kembali

C. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi perkembangan ilmu psikologi terutama psikologi industri.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai jasa, pentingnya kualitas jasa pelayanan dengan kepuasan konsumen.
- b. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini juga dapat memberikan informasi sehingga dapat memberikan saran dan kritik terhadap kinerja perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan jasa pelayanan terhadap konsumen.
- c. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini juga dapat dijadikan bahan informasi dan bahan pertimbangan yang bermanfaat untuk penelitian sejenis.