

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pariwisata pada zaman modern seperti saat ini adalah sebuah mega bisnis. Pertumbuhan dan perkembangan pun sangat cepat sekali. Hal ini tidak terlepas dari persaingan yang begitu ketat dan menuntut perusahaan-perusahaan agar mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga dapat memenangkan pasar. Orang-orang rela mengeluarkan uang, meninggalkan rumah, pekerjaan, untuk memuaskan dirinya, membahagiakan keluarganya dan menghabiskan waktu luangnya.

Industri pariwisata merupakan sektor yang paling dominan dan paling banyak dikembangkan di Indonesia saat ini. Perkembangan industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang menarik serta sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan, baik secara internal maupun eksternal yang dapat berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, wilayah/provinsi maupun daerah (Gelgel, 2006).

Sektor pariwisata memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perkembangan ekonomi nasional, selain itu sektor pariwisata adalah salah satu jawaban dalam mengatasi berbagai permasalahan yang sedang dihadapi Indonesia seperti menciptakan peluang lapangan pekerjaan yang baru dan banyak peluang ekonomi, menjaga dan memperbaiki lingkungan, serta mendorong perekonomian regional.

Dalam memilih produk yang akan dibeli, biasanya konsumen akan mengevaluasi berbagai produk yang ditawarkan sebelum menetapkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian dari pembeli juga sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. (Setiadi, 2015).

Pada dasarnya konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa adalah dengan harapan agar dapat memuaskan berbagai keinginan dan kebutuhan. Keinginan dan kebutuhan memiliki suatu perbedaan. Kebutuhan bersifat naluriah, sedangkan keinginan merupakan kebutuhan buatan. Yakni yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga, tempat kerja, kelompok-kelompok sosial, tetangga dan sebagainya.

Berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut akan menyatu dalam perilaku konsumen, kemudian akan diolah sedemikian rupa sampai konsumen tersebut membuat keputusan pembelian terhadap produk/jasa yang ditawarkan. Pengambilan keputusan konsumen dilakukan dalam beberapa proses spesifik yang terdiri dari urutan kejadian berikut langkah: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku paska pembelian (Setiadi, 2015). Berbagai macam faktor dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian atau berkunjung, diantaranya adalah faktor lingkungan internal, dan faktor lingkungan eksternal.

Lingkungan eksternal merupakan faktor pendorong perilaku sebelum ditimbulkannya respon dari lingkungan fisik dan lingkungan internal. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Nasir (2015) mengatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk batik dikampoeng batik Laweyan.

Penelitian Koesoemaningsih (2013) juga menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempunyai pengaruh terhadap proses pengambilan keputusan dalam memilih pendidikan pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi.

Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark* merupakan salah satu objek pariwisata yang terletak diwilayah Sleman, Yogyakarta. Dan diklaim sebagai wahana permainan air terbesar dan terancang di Indonesia. Dibangun diatas tanah milik kas desa Maguharjo yang dioperasikan oleh PT. Taman Wisata Jogja dengan luas 7,7 hektar menawarkan 19 wahana permainan. Jogja Bay Waterpark didesain menjadi sebuah perkampungan tua Bajak Laut bernuansa penuh tanaman hijau (*Tropical Lust*) dan *Thematic Old Pirates* serta keunikanya terdapat *story telling* antara tradisi Jogja dengan para bajak laut Eropa yang dituangkan melalui *On-site Live Show*, Karakter, *Water rides*, dan *Merchandise*. (<http://www.jogjig.com/>).

Banyak faktor yang akan mempengaruhi perilaku konsumen khususnya perilaku wisatawan terhadap keputusannya berkunjung ke Jogja Bay, namun berdasarkan penelitian oleh Nasir (2015) tentang “Analisis Pendekatan Internal dan Eksternal Konsumen terhadap keputusan pembelian Produk Batik Di

Kampoeng Batik Laweyan”, peneliti ingin objek penelitian ini adalah Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark*, untuk mengetahui apakah faktor lingkungan internal dan eksternal berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark* Sleman.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata wahana bermain Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark*?
2. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata wahana bermain Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark*?
3. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata wahana bermain Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark*?
4. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata wahana bermain Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yang bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata wahana bermain Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark*.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata wahana bermain Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark*.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor budaya terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata wahana bermain Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark*.
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke obyek wisata wahana bermain Jogja Bay *Adventure Pirates Waterpark*.

D. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Manfaat dibidang teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan baru dan referensi tambahan serta dapat digunakan sebagai pembanding bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan meneliti hal yang sama khususnya pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Manfaat dibidang praktik

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan referensi serta informasi mengenai pengaruh lingkungan internal dan eksternal bagi pemasar dalam mempengaruhi keputusan berkunjung konsumen/wisatawan.