

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Seiring dengan sektor pariwisata di Indonesia yang semakin berkembang, sehingga pariwisata di Indonesia semakin banyak jumlahnya. Dalam catatan Badan Pusat Statistik (BPS) wisata di Indonesia sepanjang 2021 terjadi peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Sadya, 2023). Dengan meningkatnya pariwisata, akan adanya persaingan antar pengelola pariwisata. Pengelola pariwisata diharuskan untuk dapat memberikan pelayanan dan memberikan apa yang dibutuhkan oleh wisatawan. Dengan terpenuhinya keinginan wisatawan akan mempengaruhi pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan. Tetapi pengelola pariwisata terkadang tidak memerhatikan pelayanan dan apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan, sehingga terkadang wisatawan mendapatkan pengalaman yang kurang baik setelah mengunjungi pariwisata tersebut.

Pariwisata sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dari berbagai lapisan bukan hanya untuk kalangan tertentu, karena setiap bulannya terdapat wisatawan mengunjungi tempat wisata tertentu. Menurut Undang-Undang Kepariwisata No.10 tahun 2009, pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud tidak untuk mencari nafkah dari tempat yang dikunjungi tapi hanya semata untuk menikmati perjalanan tersebut untuk

mencapai kepuasan (Paramarta dkk., t.t.). Sehingga pada sektor pariwisata sebagai penyumbang pendapatan asli daerah (PAD) pada setiap daerahnya.

Salah satu pariwisata yang terkenal adalah objek wisata di Candi Prambanan yang terletak di kabupaten Sleman D.I Yogyakarta yang berbatasan langsung dengan Jawa Tengah. Candi Prambanan termasuk situs warisan dunia UNESCO, selain itu termasuk kompleks candi Hindu terbesar di Indonesia yang dibangun pada abad ke-9 masehi. Letak Candi Prambanan sangat unik, karena terletak di wilayah administrasi desa Bokoharjo, Prambanan, Sleman, sedangkan pintu masuk kompleks Candi Prambanan terletak di wilayah administrasi desa Tlogo, Prambanan, Klaten Jawa Tengah. Candi Prambanan merupakan tempat wisata terkenal di Indonesia terutama di Yogyakarta sendiri. Selain Candi Prambanan masih banyak juga Candi-candi terkenal peninggalan kerajaan kuno yang ada di Yogyakarta, berikut ini candi-candi peninggalan kerajaan kuno yang ada di Yogyakarta dan sering dikunjungi oleh wisatawan pada setiap tahunnya.

**Tabel 1.1**

**Daftar Candi dari Kerajaan Kuno di Yogyakarta**

No	Keterangan
1	Candi Borobudur
2	Candi Prambanan
3	Candi Mendut
4	Candi Boko
5	Candi Ijo
6	Candi Plaosan

No	Keterangan
7	Candi Kalasan
8	Candi Pawon
9	Candi Sambisari
10	Candi Sari
11	Candi Borong
12	Candi Kimpulan

Sumber: Yogyes.com, (2023)

*Heritage Image* atau citra warisan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, karena wisatawan tidak hanya menikmati keindahannya saja tetapi juga mengenai kisah masa lalu yang terjadi atau adat istiadat yang masih dilakukan pada tempat tersebut. Citra warisan dapat menjadi faktor terpenting dari kualitas pengalaman dari wisatawan. Citra warisan memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan pengalaman (Chen et al, 2010)

Destinasi menurut KBBI adalah tempat tujuan, tujuan yang dipilih oleh wisatawan diharapkan sesuai dengan keinginannya karena dapat mempengaruhi kualitas pengalamannya saat mengunjungi destinasi tersebut. *Destination image* atau citra destinasi menjadi faktor terpenting yang mempengaruhi kualitas pengalaman wisatawan, dan pengalaman berkembang dari dasar pengalaman menjadi pengalaman yang tak terlupakan (Chen & Tsai, 2007). Kualitas pengalaman yang tinggi yang di dapatkan oleh wisatawan akan menjadikan pengalaman yang tidak terlupakan dan citra destinasi menjadi faktor yang akan mempengaruhinya (Zhang dkk., 2018)

*Experiential quality* atau Kualitas pengalaman dapat dipengaruhi oleh citra destinasi. Ketika wisatawan mendapatkan pengalaman yang berkualitas, mereka akan mendapatkan pengalaman yang tak terlupakan, dan citra destinasi wisata merupakan faktor yang mempengaruhinya (Zhang dkk., 2018).

*Behavior intention* atau niat perilaku adalah suatu kondisi dimana konsumen memiliki intensi atau sikap loyal pada suatu barang atau jasa, dan dengan sukarela menceritakan keunggulan produk atau jasa tersebut kepada orang atau pihak lain. (Kotler & Armstrong, 2010). Pengalaman akan berpengaruh terhadap niat perilaku, jika mendapatkan pengalaman yang baik maka wisatawan akan melakukan kunjungan kembali ke pariwisata tersebut dan akan memberikan informasi tentang pariwisata ke orang lain.

Candi Prambanan berdasarkan sejarah merupakan candi peninggalan Hindu yang terbesar di Indonesia yang dibangun pada pertengahan abad ke-9 oleh raja dari Wangsa Sanjaya. Hal itu berdasarkan pada isi Prasasti Syiwagrha yang ditemukan di sekitar Prambanan. Berdasarkan kisah Ramayana ataupun cerita-cerita rakyat yang paling terkenal adalah kisah asmara dari Roro Jonggrang dan Bandung Bondowoso. Berdasarkan cerita tersebut Roro Jonggrang menjadi berubah Batu karena tidak bisa dinikahi oleh Bandung Bondowoso.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung dari *heritage image*, *destination image*, *experiential quality* dan

*behavior intention*. Pada penelitian ini objek yang dipilih adalah Candi Prambanan dan subjeknya wisatawan domestik. Dengan menggunakan metode penelitian yaitu deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*.

Penelitian ini merupakan replikasi ekstensi pengembangan dari penelitian Junarta dkk., (2021), objek penelitian tersebut adalah pantai Kuta Mandalika Lombok, subjeknya adalah wisatawan asing, dan jumlah sampel yang dipakai sebanyak 133 responden. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variabel yang digunakan yaitu *heritage image*, *destination image*, *experiential quality* dan *behavior intention*, dan metode analisis. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada subjek yaitu wisatawan domestik yang berasal dari luar D.I Yogyakarta, objek yang dipilih adalah Candi Prambanan dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 190 responden, dan peneliti melakukan penambahan hipotesis untuk melakukan pengembangan penelitian.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *heritage image* berpengaruh terhadap *experiential quality*?
2. Apakah *destination image* berpengaruh terhadap *experiential quality*?
3. Apakah *experiential quality* berpengaruh terhadap *behavior intention*?
4. Apakah *heritage image* berpengaruh terhadap *behavior intention*?

5. Apakah *destination image* berpengaruh terhadap *behavior intention*?
6. Apakah *heritage image* berpengaruh terhadap *behavior intention* melalui *experiential quality*?
7. Apakah *destination image* berpengaruh terhadap *behavior intention* melalui *experiential quality*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *heritage image* terhadap *experiential quality*
2. Untuk menganalisis pengaruh *destination image* terhadap *experiential quality*
3. Untuk menganalisis pengaruh *experiential quality* terhadap *behavior intention*
4. Untuk menganalisis pengaruh *heritage image* terhadap *behavior intention*
5. Untuk menganalisis pengaruh *destination image* terhadap *behavior intention*
6. Untuk menganalisis pengaruh *heritage image* terhadap *behavior intention* melalui *experiential quality*
7. Untuk menganalisis pengaruh *destination image* terhadap *behavior intention* melalui *experiential quality*

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, pertanyaan penelitian, dan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka manfaat penelitian yaitu sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh niat perilaku wisatawan dengan peran citra warisan, citra destinasi dan kualitas pengalaman. Selain itu juga dalam pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang pembentukan kualitas pengalaman dan pentingnya dalam daya saing destinasi. Menambah literatur tentang perilaku konsumen di bidang pariwisata

##### **2. Manfaat Praktik**

Hasil penelitian ini diharapkan agar pengelola pariwisata dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memahami faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk niat perilaku wisatawan domestik untuk melakukan kunjungan kembali

