

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Negara Indonesia adalah salah satu negara yang kaya akan kepulauannya dan kaya akan kebudayaan di setiap daerahnya, kemudian Indonesia memiliki banyak potensi pariwisata mulai dari alam yang alami, kemudian keadaan sosial yang beragam budaya, suku, adat istiadat, peninggalan sejarah dan keindahan alam yang sangat menakjubkan baik di darat maupun di laut, sehingga banyak sekali tempat wisata di negara Indonesia, keanekaragaman alam di Indonesia memiliki nilai jual untuk dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata.

Jika anda pernah berpergian atau berlibur, semestinya hal ini tidak lepas dengan mengunjungi salah satu destinasi wisata. Destinasi wisata merupakan tempat dimana kita dapat menemukan keseimbangan dan kebahagiaan lingkungan hidup, dengan berwisata kita dapat menghilangkan sedikit kejenuhan setelah melakukan berbagai aktivitas yang berat.

Kota Yogyakarta menjadi salah satu destinasi bagi wisatawan Indonesia maupun wisatawan *Asing* untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, untuk mengenal lebih jauh tentang peninggalan sejarah. Kota Yogyakarta sendiri memiliki daya tarik bagi wisatawan karena memiliki beranekaragaman tempat wisata seperti pantai, gunung, bukit, keraton, dan candi. Tempat peninggalan bersejarah dan wisata di Kota Yogyakarta salah

satunya merupakan Candi Prambanan. Candi Prambanan memiliki daya tarik dan merupakan peninggalan sejarah menjadi salah satu wisatawan domestic maupun manca Negara untuk lebih mengenal tentang sejarah ditempat tersebut.

Berdasarkan tabel 1.1 dibawah, jumlah pengunjung wisata prambanan baik wisatawan lokal maupun asing selalu mengalami fluktuatif setiap bulannya. Dibulan-bulan tertentu jumlah wisatawan mengalami peningkatan yang pesat dan dibulan-bulan tertentu terjadi penurunan.

Tabel 1.1
Data Pengunjung Wisatawan Prambanan tahun 2017

BULAN (MONTHS)	Prambanan	
	Asing	Domestik
Januari	10.072	160.149
Februari	12.753	112.246
Maret	12.250	121.512
April	12.383	121.433
Mei	15.771	238.753
Juni	14.581	72.939
Juli	27.276	275.536
Agustus	36.449	109.371
September	23.288	115.799
Oktober	18.824	120.438
November	11.840	109.089
Desember	12.603	329.773
JUMLAH/TOTAL	208.090	1.887.038

Sumber: <https://slemankab.bps.go.id/>

Pengalaman Pemasaran adalah pendekatan untuk membuat mereka memiliki pengalaman melalui indera, perasaan, berpikir, bertindak dan berhubungan dengan merk tertentu dan perusahaan (Schmitt, 1999). Adanya *experiential marketing* akan membuat konsumen mampu

membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dikarenakan konsumen dapat merasakan atau memperoleh pengalaman secara langsung.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan suatu ekspektasi, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat senang (Keller, 2009). Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil pembelian.

Word Of Mouth adalah bagian dari strategi dalam kegiatan pemasaran dengan melibatkan memuaskan orang untuk merangsang orang lain masuk untuk meningkatkan kesadaran produk dalam tingkatan penjualan tertentu (Hasan, 2008).

Kawasan Candi Prambanan adalah salah satu wisata di Yogyakarta yang memiliki kekhasan sendiri dan merupakan salah satu dari beberapa warisan sejarah yang masih ada.

Dalam Penelitian ini, peneliti melakukan replikasi dari penelitian sebelumnya yaitu *THE IMPACT OF EXPERIENTIAL MARKETING ON WORD OF MOUTH (WOM) WITH CUSTOMER SATISCTION AS THE VARIABEL INTERVENING* (Muhammad Artanti, 2016). Namun yang membedakan adalah peneliti mengganti subyek dan objek penelitian. Peneliti terdahulu menggunakan subyek masyarakat yang sudah pernah melakukan perjalanan umrah dan haji menggunakan PT. Maktour, sedangkan dalam penelitian ini peneliti mengganti subyek masyarakat yang

sudah pernah berwisata di Candi Prambanan. Selain itu terletak pada jumlah sampel, di mana penelitian sebelumnya menggunakan sampel sebanyak 105 sampel sedangkan penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150 sampel.

Dalam penelitian ini, Mengambil judul Pengaruh Pengalaman Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan terhadap *Word Of Mouth* pada pengunjung wisata Candi Prambanan. Adapun alasan peneliti mengambil judul tersebut karena sangat menarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengalaman Pemasaran, Kepuasan Pelanggan dan *Word Of Mouth* terhadap wisatawan yang berkunjung di Prambanan.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, ada tiga rumusan masalah yang meliputi:

1. Apakah pengalaman pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap *word of mouth*?
3. Apakah pengalaman pemasaran berpengaruh terhadap *word of mouth*?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat tiga tujuan penelitian yang meliputi:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh pengalaman pemasaran terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *word of mouth*.

3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengalaman pemasaran terhadap *word of mouth*.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat penelitian yaitu:

1. Manfaat Penelitian Praktis

Manfaat penelitian ini bisa menjadi referensi bagi pengelola untuk menambah keilmuan di bidang pemasaran tentang pengaruh pengaruh pengalaman pemasaran, kepuasan pelanggan dan *word of mouth*.

2. Manfaat Penelitian Teoritis

Dalam hal manfaat penelitian teoritis penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang masih berkaitan.