

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata Indonesia memiliki banyak ragam tempat wisata yang sangat indah. Tidak kalah menarik dengan tempat wisata yang berada diluar negeri. Mulai dari pantai, pegunungan, kawah, danau, air terjun, sungai yang dijadikan tempat wisata diseluruh pelosok tempat di Indonesia. Tempat wisata di Indonesia yang sangat indah membuat masyarakat tertarik untuk berkunjung ketempat tersebut. Keberagaman objek pariwisata yang dimiliki Indonesia sebenarnya bisa dijadikan sebagai salah satu pendorong perekonomian negara dan juga dapat mengurangi tingkat pengangguran, sehingga sumber daya manusia dan sumber daya alam dapat dimanfaatkan secara optimal dengan memperhatikan sektor pariwisata tersebut. Menurut UU No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan tertera pada pasal 3 yang menyebutkan kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Sebagian besar masyarakat hanya mengetahui tempat wisata alam yang sudah populer. Padahal ada banyak wisata alam yang indah, yang menjadi patut untuk dikunjungi, seperti yang berada di berbagai daerah di pulau Jawa terutama Provinsi Jawa Barat.

Wisata alam yang berada di Provinsi Jawa Barat mempunyai

keanekaragaman mulai dari pegunungan, pantai, hutan, danau, air terjun, sungai, agro dengan keadaan sumber daya alam yang masih asli, sehingga menjadi daya tarik wisatawan domestik atau wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke objek wisata di Jawa Barat. Berikut ini adalah pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek wisata di Provinsi Jawa Barat pada tabel 1.1, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata**  
**di Provinsi Jawa Barat, Pada Tahun 2014-2016**

Tahun	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan %
2014	25.066.687	4,1	205.033	-19,5
2015	25.781.420	2,8	215.347	5,0
2016	26.021.223	4,8	221.410	2,8

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat 2017

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan kunjungan wisatawan ke objek wisata di Jawa Barat cenderung fluktuatif, terlihat pada tahun 2014 mengalami penurunan pada wisatawan mancanegara mencapai -19,9%, dan pada tahun 2015 mengalami kenaikan pada wisatawan mancanegara sebesar 5%. Sebaliknya, wisatawan nusantara sendiri dari tahun – ketahun menunjukkan pertumbuhan yang membaik. Meningkatnya kecenderungan masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata tentunya berdampak positif bagi perkembangan sektor pariwisata di daerah– daerah yang ada di Provinsi Jawa Barat.

Pertumbuhan jumlah kunjungan wisata yang terjadi di Jawa Barat erat kaitannya dengan daerah tujuan wisata dengan keunggulannya yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Jawa Barat. Berikut adalah beberapa objek

wisata yang tercatat di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Objek wisata yang berada di Provinsi Jawa Barat**

No	Pegunungan	Air Terjun	Hutan	Agro	Danau	Pantai selatan
1	Batu Tilu	Cibali	Cagar Alam Pananjung	Perkebunan Teh Gunung Mas	Situ Bagendit	Cipatujah
2	Galunggung	Cilutung	Hutan Kota Ranggawulung	Godong Ijo	Jatiluhur	Karang Hawu
3	Gede Pangrango	Bentang	Sancang	Kawasan Bunga Cihideung	Jatigede	Batu karas
4	Guntur	Cibeureum	Catang Malang	Batu Luhur	Sanghyang heuleut	Jayanti
5	Papandayan	Caweni	Taman Juanda	Kuntum Nurseries	Situ cangkung	Santolo

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa barat 2017

Berdasarkan tabel 1.2 keberagaman wisata alam yang tersebar di berbagai daerah Provinsi Jawa Barat berpotensi untuk dikembangkan sebagai wisata tujuan wisatawan untuk berkunjung.

Kabupaten Bandung merupakan salah satu daerah di Jawa Barat dan sebagai salah satu daerah tujuan wisata dengan kondisi alam yang sangat indah dan memiliki tempat tujuan wisata menarik. Kondisi alam yang dikelilingi pegunungan, salah satu kecamatan yang berada di selatan Kabupaten Bandung adalah Kecamatan Ciwidey, banyak terdapat wisata yang berada di Ciwidey salah satunya yaitu objek wisata Kampung Cai Rancaupas.

Kawasan objek wisata Kampung Cai Rancaupas terletak di Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung yang dikelola oleh KBM Perum Perhutani III Jawa Barat dan Banten. Wisata Kampung Cai Rancaupas adalah salah satu bumi perkemahan yang memiliki luas area sekitar 215 ha, berada pada 1700 meter di atas permukaan laut, dengan suhu  $17^{\circ}\text{C} - 20^{\circ}\text{C}$ . Sekitar area oleh hutan lindung dengan beragam flora seperti pohon huru, hamirung, jamuju, kihujung dan beragam lainnya.

Terletak di desa Alam Endah, Kecamatan Ciwidey sebagai salah satu tempat wisata di kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung, Rancaupas tidak hanya menawarkan sebuah lokasi perkemahan seperti bumi perkemahan pada umumnya. Banyak layanan wisata yang ditawarkan dengan beragam fasilitas, serta aktifitas menarik dan biasanya dijadikan tempat untuk melaksanakan kegiatan di alam terbuka seperti hiking, berkemah, outbond dan berenang atau juga di gunakan sebagai tempat latihan militer. Berbagai macam keindahan alam serta flora dan fauna juga tersedia di Rancaupas seperti di kelilingi oleh hutan pinus dan memiliki tempat penangkaran rusa. Penangkaran rusa menjadi primadona di tempat ini dan jarang ada di tempat perkemahan yang lainnya.

Kegiatan berkemah menjadi bagian dari kegiatan rekreasi dengan tujuan utamanya yaitu mencari kesenangan. Berbagai lokasi perkemahan dirancang sedemikian rupa guna menunjang aktivitas berkemah, seperti Bumi Perkemahan. Perkemahan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu perkemahan permanen, perkemahan semi permanen, dan perkemahan sementara. Fungsi berkemah sebenarnya bermacam-macam namun masih belum banyak yang

mengetahui bahwa berkemah bisa menjadi pilihan yang bisa dilakukan pada saat berlibur, masih banyak yang beranggapan bahwa berkemah hanya dilakukan untuk berpramuka atau melakukan aktifitas berpetualang, Namun di Rancaupas bukan hanya berkemah, Rancaupas dapat menjadi salah satu pilihan rekreasi pada saat liburan karena banyak fasilitas-fasilitas yang menarik juga menyenangkan.

Objek Wisata Kampung Cai Rancaupas mempunyai strategi dan ketegasan langkah dalam upaya menarik minat konsumen untuk berkunjung. Penggunaan strategi yang tepat dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang untuk berwisata. Strategi pasar itu meliputi harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing, fasilitas objek wisata dan permainan yang lengkap, menarik dan modern, serta ditunjang lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk berwisata di Objek Wisata Kampung Cai Rancaupas.

Dalam upaya peningkatan laba dan mempertahankan kelangsungan usaha, Objek Wisata Kampung Cai Rancaupas menetapkan strategi yang tepat dan memahami apa yang menjadi kebutuhan wisatawan. Dengan daya tarik wisata yang dimiliki oleh Objek Wisata Kampung Cai Rancaupas sesuai dengan tren yang diinginkan masyarakat, hal ini digunakan untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan dan mencapai laba yang ditargetkan. Apabila keputusan berkunjung wisatawan mengalami peningkatan maka laba yang diperoleh semakin besar dan loyalitas konsumen akan tercipta pada wisatawan, hal ini berguna untuk kelangsungan hidup perusahaan dan digunakan untuk lebih mengembangkan usaha guna memenuhi kebutuhan konsumen di bidang wisata.

*Physical evidence* (bukti fisik) mencakup adanya bukti nyata berupa produk atau jasa dari suatu perusahaan sebagaimana menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009) "Secara umum bukti fisik jasa meliputi semua aspek fasilitas fisik organisasi dan juga bentuk komunikasi yang berwujud". *Price* (harga) (Fandy Tjiptono, 2009) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau kegunaan suatu barang atau jasa. Penentuan harga dalam pemasaran jasa sangat penting mengingat produk yang ditawarkan oleh Objek Wisata Kampung Cai Rancaupastidak berwujud dan harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadi indikasi kualitas jasa macam apa yang akan diterima oleh konsumen. Penetapan harga sangat berperan penting dalam keputusan berkunjung. Besar kecilnya harga mempengaruhi kualitas jasa yang akan dibeli oleh konsumen. Semakin mahal harga, semakin sedikit jumlah permintaan atas produk jasa yang bersangkutan dan sebaliknya (hukum permintaan).

Dalam hal ini *Physical evidence* (bukti fisik) dan Harga dapat dijadikan landasan mengapa suatu perusahaan dapat bersaing dengan pesaingnya dan memiliki peminat yang mempunyai keputusan untuk berkunjung ke objek wisata Kampung Cai Rancaupas. Apakah *Physical evidence* (bukti fisik) dan harga berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan? Kebanyakan lapisan masyarakat melihat apakah *Physical evidence* (bukti fisik) dapat sesuai dengan keinginan. Hal ini mempengaruhi loyalitas wisatawan dalam berkunjung ke wisata tersebut.

Lokasi merupakan salah satu bagian faktor terpenting suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaannya. Penentuan lokasi yang bagus dapat menantang pesaing, karena walau bagaimanapun konsumen atau calon konsumen masing-masing akan memilih objek wisata mulai dari jauh dekatnya suatu objek lokasi tersebut. Lokasi merupakan penyalur produk atau jasa perusahaan sehingga lokasi bisa mempengaruhi pertumbuhan bisnis pada masa yang akan datang. Lokasi sangat berhubungan dengan sikap konsumen untuk menjadi loyal dalam melakukan pembelian ulang baik produk atau jasa secara konsisten. Loyalitas juga dapat diartikan sebagai sikap kesetiaan yang timbul berupa adanya suatu paksaan dari pihak manapun. Dan loyalitas adalah jantung dari suatu bisnis bisa bertahan sampai masa yang akan datang.

Konsumen selalu ingin membeli produk atau jasa yang mudah dijangkau dalam arti akses dan transportasi keluar masuk kendaraan menuju lokasi objek wisata apakah mudah dan cepat misalnya berada di dekat jalan raya atau berada di pusat kota, dan tentunya lokasi merupakan penentuan lokasi yang sangat strategis untuk menjual produk ataupun jasa

Kampung Cai Rancaupas merupakan salah satu wisata alam dengan keunikan dan kelestariannya tersendiri menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Kampung Cai Rancaupas tersebut sehingga terlihat antusias wisatawan yang berwisata meningkat dari bulan ke bulan selanjutnya. Berikut adalah table 1.3 Realisasi Pengunjung Kampung Cai Rancaupastahun 2017 dari bulan Januari sampai Juni.



**Tabel 1.3**

**Data Kunjungan Wisatawan Domestik Dan Wisatawan Mancanegara Ke  
Objek Wisata Kampung Cai Rancaupas Dari Bulan Januari Sampai Juni  
2017**

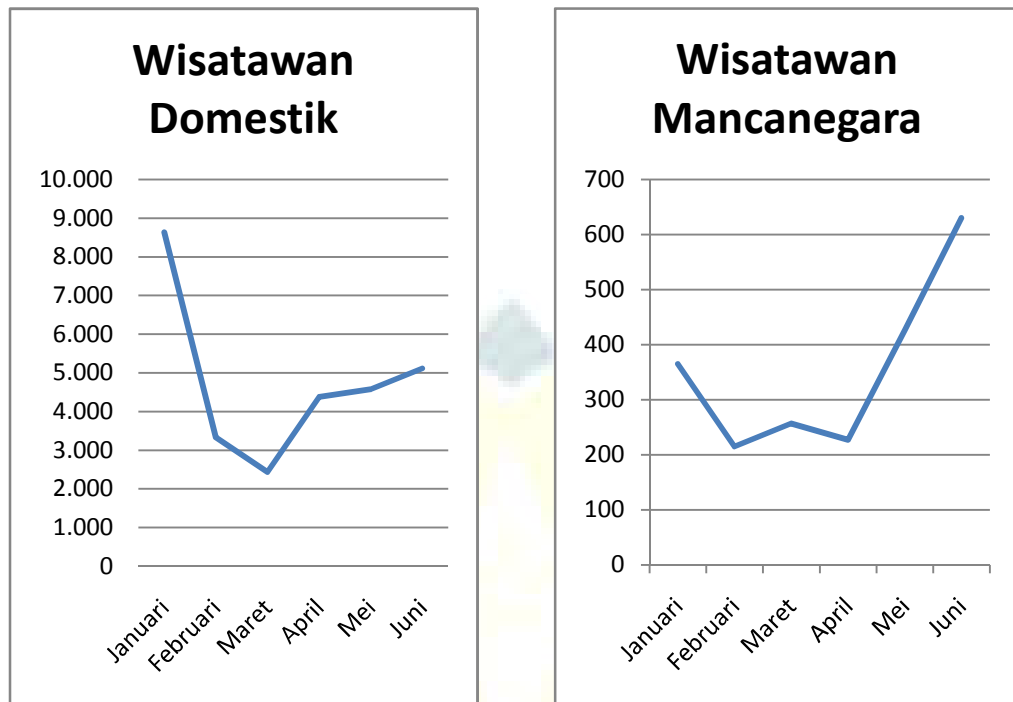
Bulan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
Wisatawan Domestik	8.632	3.332	2.435	4.379	4.580	5.113
Wisatawan Mancanegara	365	215	257	227	426	630
<b>TOTAL</b>	<b>8.997</b>	<b>3.547</b>	<b>2.692</b>	<b>4.606</b>	<b>5.006</b>	<b>5743</b>

Sumber: KBM Wisata Perum Perhutani Divisi Regional Jabar dan Banten (2017)

Berdasarkan tabel 1.3 menurut data yang diperoleh, diketahui bahwa data wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang berkunjung pada tahun 2017 dari bulan Januari sampai Juni di Wisata Kampung Cai Rancaupas mengalami naik turun wisatawan yang berkunjung. Pada bulan Januari wisatawan yang berkunjung sangat tinggi, wisatawan domestik sekitar 8.632 orang dan wisatawan mancanegara 365 orang. Dan pada bulan Februari terjadi penurunan yang sangat drastis dari pengunjung Wisata Kampung Cai Rancaupas, dilihat pada wisatawan domestik mengalami penurunan dari tahun sebelumnya sekitar 5.450 orang dan wisatawan. Kemudian pada tahun 2017 dari bulan Januari sampai Juni terlihat sudah ada peningkatan dari wisatawan mancanegara dan dilihat dari kunjungan wisatawan domestik hampir mencapai total kunjungan wisatawan pada tahun sebelumnya.

Berikut ini data Wisatawan di objek Wisata Kampung Cai Rancaupas dari bulan Januari sampai Juni tahun 2017 yang disajikan dalam bentuk grafik:





**Gambar 1.1**

**Jumlah Data Kunjungan Wisatawan Domestik Dan Wisatawan Mancanegara  
Di Objek Wisata Kampung Cai Rancaupas Dari Bulan Januari Sampai Juni  
2017**

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2017)

Walaupun wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke objek Kampung Cai Rancaupas mengalami fluktuatif atau naik turun setiap tahunnya, tetapi dari pihak pengelola objek wisata yaitu Perhutani tepatnya KBM Wisata Perum Perhutani tidak mudah berkeluh kesah dalam menghadapi situasi ini dan bahkan dijadikan sebagai motivasi bagi pihak pengelola untuk lebih kreatif dan inovatif dengan baik untuk menarik wisatawan yang berkunjung. Dari perbandingan setiap tahunnya, pada bulan

Maret mengalami penurunan yang drastis dari wisatawan domestik yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti rasa bosan bagi wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Wisata Kampung Cai Rancaupas, kemudian fasilitas juga menjadi faktor yang disebabkan oleh akses dari jalan utama ke gerbang wisata sangat kurang diperhatikan untuk menuju Wisata Kampung Cai Rancaupas .

Semakin meningkatnya pertumbuhan industri pariwisata di daerah Kabupaten Bandung menjadikan Wisata Kampung Cai Rancaupas harus tetap mempertahankan pelayanan agar para wisatawan selalu melakukan kunjungan ulang sehingga menciptakan loyalitas, dan agar dapat bersaing lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing lainnya, salah satu strateginya yaitu memberikan inovasi dan promosi melalui berbagai media terutama media sosial khususnya dan pembaruan fasilitas yang tersedia mungkin bisa ditambah demi terciptanya kepuasan para wisatawan yang berkunjung. Strategi yang harus diperhatikan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah dengan pengelolaan bukti fisik (*physical evidence*) seperti perbaikan akses jalan, penambahan area bermain anak, dan fasilitas pendukung seperti toko khas dari objek wisata tersebut.

Pihak pengelola yaitu Perum Perhutani unit III Jabar dan Banten KBM Ecotourism menetapkan harga tiket masuk, harga wahana outbound dan sewa peralatan berkemah. Berikut daftarnya :

Tabel 1.4

**Daftar Harga Tiket Masuk, Harga Wahana Outbound Dan Sewa Peralatan Berkemah di Kampung Cai Rancaupas Bandung Pada Tahun 2017**

No	Nama Produk	Harga (Rp)
1	Tiket masuk kawasan	
	- Masuk kawasan /orang	10.000
	- Kemping /orang	10.000
	- Kolam renang /orang	15.000
	- Kendaraan roda 2	2.000
	- Kendaraan roda 4	5.000
	- Kendaraan roda 6	20.000
2	Tiket wahana outbound	
	- Flying fox	15.000
	- Elvis bridge	15.000
	- Shooting	1.500.000
	- Prewedding	500.000
	- Paint ball	90.000
	- Fun games	75.000
- Team building	120.000	
3	Harga peralatan berkemah	
	- Booking area	500.000
	- Tenda 40 orang	600.000
	- Tenda 20 orang	350.000
	- Tenda 2-3 orang	150.000
	- Extra bed	70.000
	- Sleeping bag	25.000
	- Kayu bakar	15.000
- Matras	15.000	

Sumber : KBM Wisata Perum Perhutani Divisi Regional Jabar dan Banten (2017)

Dibawah ini terdapat hasil data kuisisioner pra survey tentang Kampung Cai Rancaupas Bandung, penulis juga membagikan mini kuisisioner dengan 10 orang wisatawan Kampung Cai Rancaupas dengan pertanyaan sebagai berikut :

**Tabel 1.5**  
**Data Hasil Kuisisioner Pra Survey Dengan Sepuluh Orang Wisatawan**  
**Kampung Cai Rancaupas Bandung**

No.	Daftar Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Kampung Cai Rancaupas ini memang menarik untuk di kunjungi	3	3	2	2	0
2.	Fasilitas yang tersedia bisa seluruhnya dipakai wisatawan	1	2	4	2	1
3.	Harga tiket masuk yang tersedia memang sesuai dengan keinginan	4	3	2	1	0
6.	Harga sewa peralatan berkemah sesuai dengan keinginan	1	1	2	3	3
5.	Kampung Cai Rancaupas salah satu wisata yang bisa dijadikan rekomendasi kepada wisatawan lain	3	2	4	1	0
<b>Total</b>		12	11	14	9	4

Sumber :Kuisisioner yang diisi oleh wisatawan Kampung Cai Rancaupas Bandung

Berdasarkan tabel 1.4 pada pertanyaan pertama responden menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang, hal tersebut menyatakan bahwa Objek Kampung Cai Rancaupas memang tidak menarik untuk dikunjungi. Pada pertanyaan kedua responden menjawab kurang setuju sebanyak 4 orang, hal ini dikarenakan fasilitas yang tersedia belum sepenuhnya bisa digunakan oleh wisatawan. Pertanyaan ketiga responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 4 orang, karena harga tiket yang tersedia sudah sesuai dengan keinginan wisatawan. Pada pertanyaan responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 3 orang, hal ini dikarenakan harga sewa peralatan berkemah tidak sesuai dengan keinginan wisatawan. Pada pertanyaan kelima responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 4 orang, hal ini dikarenakan responden mempunyai alternatif objek wisata lain yang bisa direkomendasikan kepada wisatawan lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis akan berusaha mengetahui, menguji dan menganalisis tentang *Physical Evidence* dan *Price* terhadap loyalitas wisatawan. Dimana penulis mengambil objek penelitian di Wisata Kampung Cai Rancaupas Bandung terhadap wisatawan atau pengunjung dikarenakan agar lebih mudah mendapatkan data-data. Oleh karena itu penulis menarik judul **“Pengaruh *Physical Evidence*, *Price* Dan *Place* Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Wisata Kampung Cai Rancaupas Bandung)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Jumlah Wisatawan Kampung Cai Rancaupastidak selalu mengalami kenaikan pada setiap bulannya baik dari wisatawan domestik atau wisatawan mancanegara.
2. KBM Wisata Perum Perhutani selaku pengelola belum maksimal dalam mengelola objek wisata yang ada di Kampung Cai Rancaupas.
3. *Physical evidence* yang ada belum sesuai dengan keinginan wisatawan.

### C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti dan di bahas sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *physical evidence* terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas ?
2. Apakah ada pengaruh *price* terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas ?
3. Apakah ada pengaruh *place* terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas
4. Seberapa besar pengaruh *physical evidence*, *price* dan *place* secara simultan terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas ?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *physical evidence* terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas.

2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *price* terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *place* terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *physical evidence*, *price* dan *place* terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan maksud dan tujuan seperti yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi :

##### 1. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pihak akademikyng tertarik dengan bidang ini dan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

##### 2. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, serta memberikan gambaran bagaimana teori dapat diterapkan dalam praktek.

##### 3. Bagi Pihak Lainnya

Sebagai bahan acuan atau referensi bagi pihak lain yang akan meneliti mengenai tentang pengaruh *physical evidence* dan *price* terhadap loyalitas wisatwan.



#### 4. Bagi Objek Wisata Kampung Cai Rancaupas

Sebagai bahan masukan dan informasi bagi objek wisata Kampung Cai Rancaupas untuk merumuskan kebijakan pemasaran. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengantisipasi permasalahan Objek Wisata Kampung Cai Rancaupas Bandung di bidang pemasaran pariwisata.

#### F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan gambaran terhadap penelitian yang dilakukan serta memberikan landasan yang kuat terhadap topik yang dipilih dan disesuaikan dengan masalah yang terjadi sebagaimana Menurut Sugiyono (2009) kerangka pemikiran merupakan kerangka hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati dan diukur dengan penelitian yang akan dilakukan.

Definisi *Physical Evidence* menurut Zeithaml and Bitner (2009) dalam dalam jurnal penelitian Sona Fernando, yaitu :

*''Physical evidence as the environment in which the service is delivered and in which the firm and the customer interact, and any tangible commodities that facilitate performance or communication of the service''*.

Pengertian yang dimaksud adalah bahwa bukti fisik atau *physical evidence* sebagai sarana dimana perusahaan dan konsumen berinteraksi dan memfasilitasi komoditas yang ada.

*Price* (harga) bisa diartikan sebagai jumlah uang dan atau aspek lain yang mengandung utilitas / kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan

sebuah produk. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller 2009, Sepanjang sejarah harga ditetapkan dalam negosiasi antara pembeli dan penjual, tawar menawar masih sering dilakukan di beberapa bidang. Dari penjelasan diatas dapat kita uraikan bahwa penetapan harga terkadang dipengaruhi oleh faktor penjual sebagai pemilik hak lebih terhadap suatu harga sebuah barang atau jasa dan konsumen selaku pihak yang memutuskan hasil ahir kesepakatan dari harga yang ditetapkan. Sedangkan Loyalitas Gaffin 2005 menyatakan bahwa *“Loyalty is defined as an random purchase expressed over time by some decision making unit”*.

Perusahaan yang kuat dan sukses dengan tujuannya yaitu perusahaan yang bisa menumbuhkan loyalitas konsumen dan mempertahankan konsumen sebagaimana menurut Don Peppers dalam Kotler dan Keller (2009) satu-satunya nilai yang dapat diciptakan perusahaan anda adalah nilai yang berasal dari pelanggan itu adalah semua nilai yang anda miliki sekarang dan nilai yang akan anda miliki di masa depan suatu bisnis dikatakan sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan.

Loyalitas konsumen juga diukur dalam konsumen itu melakukan pembelian ulang. menurut Griffin (2005) berpendapat bahwa seorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Upaya memberikan kepuasan pelanggan dilakukan untuk mempengaruhi sikap pelanggan, sedangkan konsep loyalitas pelanggan lebih berkaitan dengan perilaku pelanggan daripada sikap dari pelanggan.

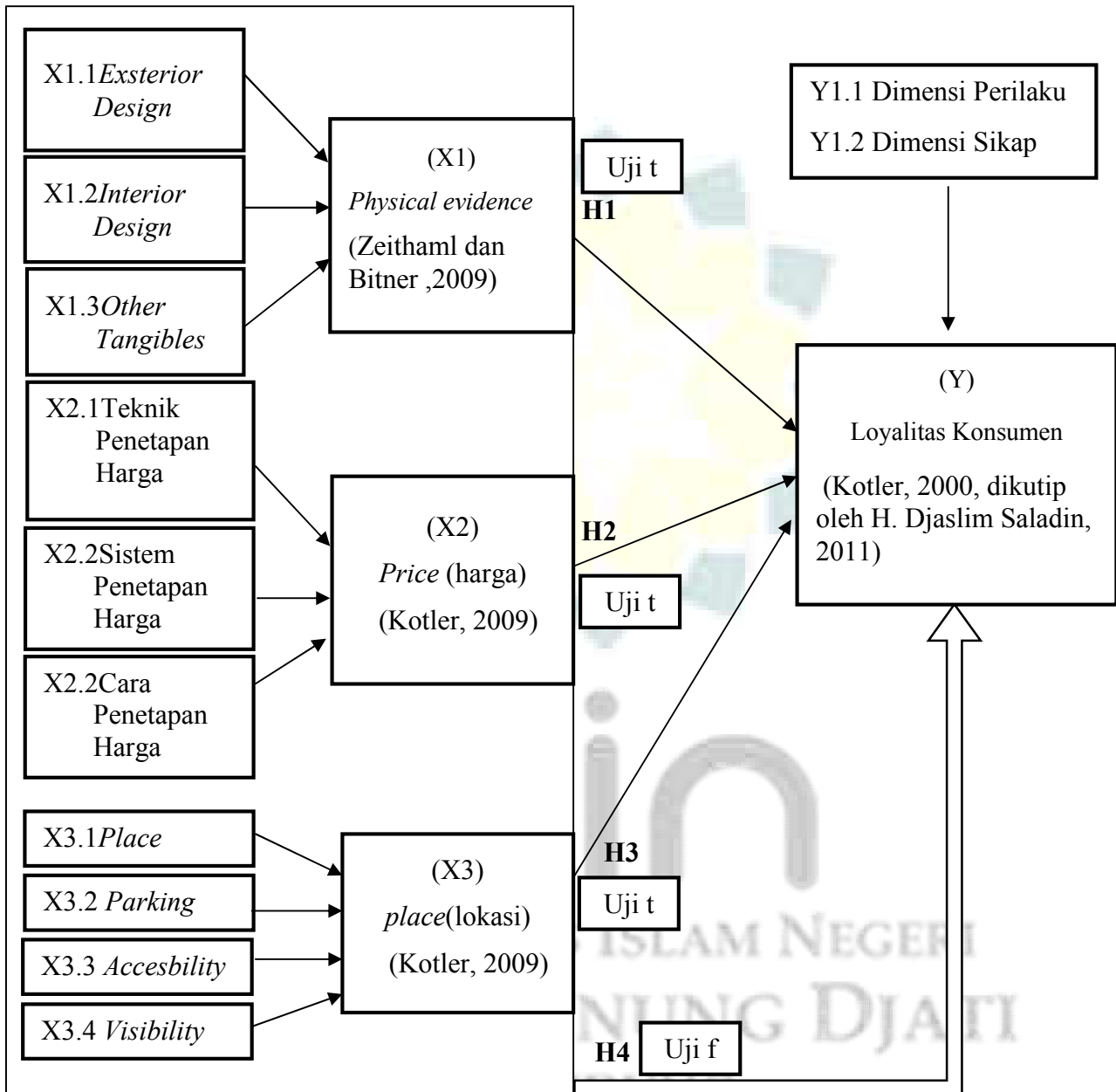
Penetapan harga yang sesuai dengan harapan konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan konsumsi jasa, melalui strategi penetapan harga yang sesuai dengan harapan konsumen diharapkan mampu memberikan pengaruh terhadap loyalitas wisatawan dalam pemilihan objek wisata.

Definisi lokasi menurut Kotler dan Keller (2009) bahwa lokasi usaha penting bagi unit usaha karena akan berpengaruh terhadap perkembangan serta kelangsungan hidup suatu unit bisnis usaha yang bersangkutan.

Melalui loyalitas wisatawan, bagaimana suatu perusahaan dapat bertahan di dalam benak pelanggan agar pelanggan dapat setia terhadap perusahaan yang akan di kunjunginya. Disini *physical evidence* yang kuat akan mempengaruhi pelanggan untuk setia terhadap jasa wisata yang akan mereka kunjungi kembali . Maka dari itu, elemen-elemen dari *physical evidence* yakni *ekterior design* , *interior design* dan *Other tangibles* perlu di evaluasi agar dapat diketahui yang mana yang dapat mempengaruhi loyalitas wisatawan. Disini *Price* (harga) juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dengan strategi perusahaan yang mengutamakan keinginan harga yang sesuai dengan konsumen maka konsumen tersebut bisa dikatakan akan loyal dengan wisata yang akan mereka kunjungi kembali sehingga mereka juga mempunyai referensi tempat wisata dengan harga yang sesuai dengan keinginan mereka.

Dari beberapa penjelasan di atas memberikan suatu model kerangka pemikiran yang dikembangkan dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas dan

perumusan masalah di atas. Maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.2**

**Kerangka Pemikiran**

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2017)

Tabel 1.6

## Penelitian Terdahulu

No	Peneliti / Tahun	Judul	Hasil	Analisis Perbandingan
1	Ryan Nugroho dan Edwin Japariato, 2013	Pengaruh <i>people, Physical Evidence, Product, Promotion, Price</i> Dan <i>place</i> terhadap Tingkat Kunjungan di Kafe Coffee Cozies Surabaya	Secara <i>silmlultan product, promotion, price, place, people</i> dan <i>physical evidence</i> mempengaruhi tingkat kunjungan di Coffee Cozies Surabaya	Dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan terdapat beberapa persamaan terutama di Variabel <i>physical evidence, place</i> dan sedangkan perbedaannya terdapat di Variabel Y dan objek penelitiannya.
2	Putra, Lovely Nanda, 2013,	Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap Keputusan Menggunakan Maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang	<i>Physical evidence</i> berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan maskapai Batavia Air Rute Jakarta-Padang	Dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan terdapat beberapa persamaan terutama di Variabel <i>physical evidence</i> dan sedangkan

				perbedaannya terdapat di Variabel Y dan objek penelitiannya.
3	Siti Fatonah, Darmadi susanto, 2010	Pengaruh <i>price, people, process</i> dan <i>physical evidence</i> terhadap kepuasan pelanggan pada PT. BNI Securities Cabang Surakarta	<i>price, people, process</i> dan <i>physical evidence</i> secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. BNI Securities Cabang Surakarta	Dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang sedang dilakukan terdapat beberapa persamaan terutama di Variabel <i>physical evidence</i> dan sedangkan perbedaannya terdapat di Variabel Y dan objek penelitiannya.
4	Detha Alfrian Fajri Zainul Arifin Wilopo, 2013	Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap Keputusan menabung (studi kasus pada Bank Muamalat)	Secara simultan atau bersama-sama antara variabel-variabel Bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk (X1), harga (X2), promosi (X3), proses (X4), orang (X5), bukti fisik (X6), dan lokasi (X7) terhadap Proses	Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat dua indikator dalam variabel X sedangkan perbedaannya terdapat di variabel Y dan di objek penelitiannya.

			Keputusan Menabung (Y).	
5	Hafrizal Okta Ade Putra, SE. MM, 2013	Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap Keputusan pembelian kartu perdana prabayar XL di Kota Padang	1. Produk, harga, promosi, dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana prabayar XL di Kota Padang. 2. Distribusi, karyawan dan proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana prabayar XL di Kota Padang.	Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat satu indikator dalam variabel X sedangkan perbedaannya terdapat di variabel Y dan di objek penelitiannya.
6	Pandu Riyanto (2017)	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Studi Pada Wisatawan Atau Pengunjung di Pantai Pangandaran Kabupaten Pangandaran	Mengemukakan bahwa secara simultan, produk, promosi, harga, dan tempat berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Secara parsial produk, promosi, harga dan tempat berpengaruh positif terhadap minat berkunjung	Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat satu indikator dalam variabel X sedangkan perbedaannya terdapat di variabel Y dan di objek penelitiannya.



			kembali tetapi tidak signifikan.	
7	Ivan Hafidh Wasiona, 2015	Pengaruh produk, harga, lokasi dan iklan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata arung jeram di sungai serayu kabupaten Banjarnegara	Variabel produk, harga, lokasi dan iklan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan	Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat dua indikator dalam variabel X dan sedangkan perbedaannya terdapat di variabel Y dan di objek penelitiannya
8	Chitnya Armalinda (2016)	Pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada minimarket Lulu Mart di Samarinda	Variabel lokasi adalah variabel yang paling berpengaruh pada penelitian ini	Dalam penelitian terdahulu yang sedang dilakukan terdapat satu indikator dalam variabel X dan sedangkan perbedaannya terdapat di variabel Y dan di objek penelitiannya

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2017)

## H. Hipotesis

H1 : *Physical evidence* berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas.

H2 : *Price* berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas.

H3 : *Place* berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas.

H4 : *Physical evidence, price* dan *place* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas.

