

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Medan merupakan kota terbesar di Sumatera Utara dan termasuk kedalam golongan kota Metropolitan. Dengan padatnya rutinitas dan aktivitas masyarakat merubah pola dan gaya hidup yang semakin sibuk dan sempitnya waktu membuat banyak orang merasa lelah sehingga membutuhkan tempat wisata untuk melepaskan ketegangan dan kejenuhan guna memperoleh suasana baru yang menyegarkan dan menghibur. Tempat wisata merupakan elemen yang sangat penting dalam proses pemenuhan kebutuhan akan rekreasi dan wisata. Meningkatnya kebutuhan akan tempat rekreasi yang terjangkau mendorong pertumbuhan tempat wisata untuk mengembangkan diri.

Seiring dengan berkembangannya objek wisata yang ada di kota Medan dan sekitarnya menyebabkan semakin banyak alternatif pilihan untuk berwisata, maka secara otomatis akan semakin banyak pula peluang wisatawan untuk berkunjung ke sebuah tempat rekreasi dan meningkatkan kunjungan wisata, hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan kepuasan yang lebih besar lagi kepada para pengunjung yang datang untuk berkunjung.

Hal ini juga sebanding dengan pendapat Brown (Sudaryono, 2016:79) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa.

Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk atau jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain dari mulut kemulut.

Menurut Kivezt dan Simonson (dalam Mamang dan Sopiah, 2013: 182) “kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang dapat menguntungkan perusahaan”.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan akan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha objek wisata. Kepuasan konsumen dapat terpenuhi apabila suatu objek wisata dapat melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya yaitu *experiential marketing*. Yang dikemukakan oleh Katajaya (dalam Linna, 2016:116) *Experiential marketing* adalah suatu konsep pemasaran yang bertujuan membentuk pelanggan yang puas dengan menciptakan pengalaman-pengalaman positif dan memberikan suatu *feeling* yang positif terhadap jasa .

Inti dari *experiential marketing* adalah untuk membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan, dimana pemasar melihat keadaan emosi dari pelanggannya untuk mendapatkan dan menjaga agar pelanggan dapat melakukan pembelian kembali dan membuat pelanggan puas.

Penerapan *experiential marketing* tersebut diharapkan pelanggan merasakan adanya suatu kepuasan yang tinggi setelah melakukan pembelian atau setelah terpenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut akan menimbulkan hal-hal yang positif bagi perusahaan

Jadi dengan menyentuh sisi emosional wisatawan dapat dilakukan dengan memberikan pengalaman yang tidak terlupakan atau mengesankan selama kunjungan wisata, pengalaman tersebut akan mendorong pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali dan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain.

Selain *experiential marketing*, faktor lainnya yang penting dalam mempertahankan kepuasan pengunjung yaitu fasilitas. Kepuasan akan terwujud jika fasilitas yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Menurut Yoeti (dalam Rezki 2015:3) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Sependapat dengan Zaenuri (dalam Eka 2017:18) dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut juga diharapkan dapat membuat wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta memberikan kesan yang baik terhadap daya tarik wisata yang dikunjunginya. Ketika fasilitas wisata dapat memberikan kepuasan maksimal kepada para pengunjung, akan menjadi dasar yang baik untuk mereka melakukan kunjungan kembali di masa yang akan datang dan kesediaan mereka untuk menceritakan hal-hal positif kepada orang lain.

Oleh sebab itu, untuk menghasilkan kesan yang positif dimata konsumen, maka hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan adalah dari segi *experiential marketing* dan juga fasilitas yang tersedia yang diberikan oleh sebuah perusahaan.

Tempat wisata Taman The Le Hu Garden Deli Tua yang berdiri pada tahun 2015 merupakan salah satu alternatif pemenuhan kebutuhan akan rekreasi dan wisata. Tempat wisata ini buka setiap hari dari Senin-Minggu dengan waktu beroperasi yang ditetapkan mulai jam 10:00 pagi sampai 18:00 sore. Setiap hari dari hari Senin-Jumat dengan harga tiket Rp.10.000 dan saat hari Sabtu-Minggu dengan harga tiket Rp15.000 karena pada saat hari weekend.

Di taman The Le Hu Garden yang menyediakan produk berupa wahana hiburan bagi semua kalangan yang berkunjung ditempat wisata tersebut. Taman The Le Hu garden merupakan taman yang indah dengan hiasan bunga warna-warni yang ditata dengan rapi serta menghiasi perkarangan taman tersebut, sehingga para pengunjung tertarik untuk berfoto dibunga tersebut. Pemandangan yang indah dengan berbagai warna-warni bunga yang ditata dengan kreatif menghiasi taman akan membuat kesan yang positif bagi para pengunjung untuk berwisata serta udara sejuk yang tidak ditemukan diperkotaan akan membuat kita untuk menikmati suasana yang asri di taman tersebut.

THE  
Character Building  
UNIVERSITY

Selain pemandangan yang indah di taman The Le Hu Garden para pengunjung juga dapat menikmati wahana hiburan lainnya seperti, wahana outboundkids, camping pramuka dan ada juga wahana menaiki perahu untuk mengelilingi kolam yang terdapat banyak ikan di dalamnya sehingga membuat kita menikmati selama berada diatas perahu tersebut.

Di taman The Le Hu Garden ini juga dapat dilakukan dengan berbagai event-event seperti prewedding, outdoorparty, pameran-pameran, dan arisan. Selain itu taman The Le Hu Garden ini tidak hanya untuk menikmati suasana pemandangannya yang indah tetapi kita juga dapat melakukan kegiatan sosial seperti bercocok tanam di tempat yang sudah disediakan.

Di taman The Le Hu Garden ini juga menyediakan fasilitas yang dapat digunakan oleh pengunjung yang datang seperti, kantin, musholah, menyediakan tempat parkir, pondok-pondok untuk bersantai dan toilet.

Sehingga tempat wisata ini menjadi daya tarik bagi pengunjung yang untuk menikmati wisata dengan fasilitas tersebut. Dan membuat taman ini berbeda dengan taman-taman lainnya yaitu, tersedianya berupa wahana bermain bagi anak-anak, seperti ayunan, jungkat-jungkit, dan perosotan yang dapat digunakan pada saat berkunjung ke taman tersebut. Dengan permainan anak-anak disuatu tempat wisata akan memberikan kesenangan bagi mereka yang datang karena tidak hanya untuk kalangan orang dewasa ataupun orang tua tetap anak-anak juga dapat menikmati wisata tersebut. Oleh karen itu banyak masyarakat perkotaan di Sumatera Utara yang datang untuk berkunjung baik dengan keluarga ataupun dengan teman-teman.

**Tabel 1.1**  
Data Pengunjung Di Taman The Le Hu Garden  
Dari Bulan Mei-Desember 2017

No.	Bulan	Pengunjung
1	Mei	12495
2	Juni	6895
3	Juli	12191
4	Agustus	7901
5	September	9362
6	Oktober	7350
7	November	6964
8	Desember	14537
<b>Total Seluruh Pengunjung</b>		<b>77695</b>

Sumber : Pemilik Taman The Le Hu Garden 2017

Dari data tersebut kita dapat melihat bahwa jumlah pengunjung yang datang ke taman The Le Hu Garden setiap bulannya mengalami fluktuasi. Seperti pada bulan Mei pengunjung mencapai 12495 orang, karena pada bulan ini adalah saat libur akhir semester sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke taman tersebut, kemudian pada bulan Juli pengunjung mencapai 12191 orang, dimana pada bulan ini adalah saat hari raya Idul Fitri sehingga banyak pengunjung yang menggunakan momen libur panjang ini dengan mengunjungi tempat tersebut untuk menghilangkan kejenuhan dalam melakukan aktivitas sehari-hari, dan pada bulan Desember pengunjung mencapai 14537 orang, dikarenakan pada bulan ini adalah saat akhir-bulan dan juga hari raya natal sehingga makin banyak pengunjung untuk datang ke tempat wisata tersebut untuk menikmati hari-hari libur diakhir tahun. Sedangkan pada bulan-bulan selanjutnya dapat dikatakan normal.

Dalam usaha meningkatkan kepuasan pengunjung wisata taman The Le Hu Garden telah menerapkan berbagai strategi, yaitu dengan *experiential marketing* dan juga menyediakan fasilitas yang dapat mempermudah dan melancarkan kegiatan yang akan dilakukan oleh pengunjung ditempat tersebut. Selain itu pemilik usaha telah menjaga kualitas tempat wisata dengan merawat taman-taman bunga dan juga yang lainnya agar tetap menambah nilai positif dan kesan baik bagi para pengunjung agar tertarik dan meningkatkan jumlah pengunjung pada wisata ditaman The Le Hu Garden.

Dengan adanya *experiential marketing* pelanggan akan mampu membedakan jasa yang satu dengan yang lainnya karena mereka dapat merasakan dan memperoleh pengalaman secara langsung selama berada ditempat wisata. Ketika pelanggan memperoleh pengalaman positif yang unik serta berkesan, dan fasilitas yang memadai ditempat wisata maka pelanggan akan merasa senang atas jasa yang diperolehnya menunjukkan bahwa kinerja atas jasa yang diberikan sesuai bahkan melebihi harapan pelanggan yang artinya pelanggan puas atas jasa tersebut. Hal tersebut berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan melalui kepuasan pelanggan tersebut akan membangun suatu hubungan atau relasi dengan pelanggan.

Berkaitan dengan uraian diatas, maka hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul: "**Pengaruh *Experiential Marketing* Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman The Le Hu Garden Deli Tua**".

## 1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang menjadi dasar penelitian adalah mengukur sejauh mana kepuasan pengunjung melalui *experiential marketing* dan fasilitas yang diberikan wisata taman The Le Hu Garden Deli Tua sendiri. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Transportasi menuju ketaman The Le Hu Garden Deli Tua masih belum memadai.
2. Harga makanan di taman The Le Hu Garden Deli Tua relatif mahal
3. Masih kurangnya efektifitas pelayanan untuk pesanan makanan pada saat hari weekend di Taman The Le Hu Garden Deli Tua
4. Pengunjung mengalami flukutuasi di setiap bulannya.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Dari berbagai masalah diatas, maka permasalahan hanya dibatasi pada variabel yang diteliti agar lebih terarah, yaitu : Pengaruh *Expriential Marketing* Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan wisatawan Di Taman The Le Hu Garden Deli Tua.

## 1.4 RumusanMasalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Experiential Marketing* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman The Le Hu Garden Deli Tua ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman The Le Hu Garden Deli Tua ?
3. Apakah *experiential marketing* dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Taman The Le Hu Garden Deli Tua ?



### 1.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan wisatawan di Taman The Le Hu Garden Deli Tua.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan di Taman The Le Hu Garden Deli Tua.
3. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan di Taman The Le Hu Garden Deli Tua.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah serta memperluas pengetahuan terutama tentang *experiential marketing* dan fasilitas mempengaruhi kepuasan pengunjung yang berkaitan erat dengan pemasaran jasa.

2. Bagi Universitas Negeri Medan (UNIMED)

Menambah kepustakaan bidang pemasaran jasa khususnya mengenai pengaruh *experiential marketing* dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan.

### 3. Bagi Penelitian Lain

Sebagai referensi dan informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan *experiential marketing* dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan.

### 4. Manfaat Bagi Pelaku Bisnis

Yaitu, sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan guna memperbaiki *experiential marketing* dan fasilitas sehingga dapat meningkatkan volume pengunjung

