

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Indonesia adalah Negara berkembang yang mempunyai jumlah penduduk terpadat didunia. Walaupun jumlah penduduknya padat, Indonesia juga salah satu Negara yang mempunyai destinasi wisata yang bagus. Indonesia terkenal dengan wisata alam yang populer dan menarik untuk dikunjungi.

Berwisata adalah salah satu cara untuk bisa menghilangkan rasa penat. Di tengah kesibukan dan aktivitas masyarakat yang padat, mereka membutuhkan waktu untuk berlibur. Baik bagi masyarakat yang sedang bekerja maupun mereka yang sedang belajar. Terutama bagi para pelajar yang mempunyai kesibukan yang padat, dimulai dari pagi hingga sore. Mereka dituntut untuk belajar dan belajar, sehingga mereka jarang untuk bersantai. Oleh sebab itu, mereka sangat membutuhkan penyegaran tubuh. Dengan berwisata, kita bisa berlibur, mendapatkan kesenangan, kenikmatan, memperbaiki kesehatan dan lain-lain.

Salah satu wisata yang ada di Indonesia adalah di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu di Kulon Progo. Kulon Progo adalah Kabupaten yang tidak terlalu besar yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta. Ibukota dari Kulon Progo adalah Wates. Kulon Progo mulai berkembang pesat karena adanya bandara baru yang ada di daerah ini. Dampak dari adanya pengoperasian bandara baru ini salah satunya adalah meningkatnya pendapatan daerah melalui

banyaknya jumlah pengunjung yang mendatangi beberapa destinasi wisata di Kabupaten Kulon Progo.

Berikut ini adalah jumlah data statistik wisatawan yang ada di Kulon Progo :

**Tabel 1.1**  
Data Perkembangan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Di Kulon Progo  
Tahun 2015 – 2018

No	Objek Wisata	2015	2016	2017	2018
1.	Pantai Glagah	335.635	303.490	352.017	528.455
2.	Pantai Trisik	13.911	11.074	12.465	35.605
3.	Waduk Sermo	81.460	102.238	123.538	104.592
4.	Pantai Congot	37.633	57.605	78.011	66.589
5.	Goa Kiskendo	15.710	14.783	11.456	13.804
6.	Puncak Suroloyo	35.325	24.513	18.359	16.871
7.	Nglinggo			54.929	55.041
8.	Tritis			2.919	14.514
9.	Kawasan Menoreh				42.090

Sumber : Dinas Pariwisata Kulon Progo

Kulon Progo adalah salah satu Daerah Istimewa Yogyakarta yang mempunyai destinasi wisata yang menarik. Pemerintah atau masyarakat mengelola destinasi wisata tersebut dengan baik, agar menarik calon pengunjung yang akan berkunjung ke objek wisata di Kulon Progo. Dengan pengelolaan yang baik, akan membuat kunjungan wisatawan pada objek wisata di Kulon Progo mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Seperti tabel diatas, dijelaskan bahwa pada tahun ketahun kunjungan wisata yang ada di objek wisata Kulon Progo mengalami peningkatan.

Dengan adanya wisata alam yang bagus dan menarik, masyarakat Kulon Progo memanfaatkan hal tersebut untuk menambah perekonomian lebih baik.

Mereka mengelola dengan baik dengan tujuan agar calon pengunjung datang berkunjung ke desa wisata yang mereka kelola.

Komunikasi merupakan salah satu peranan penting untuk meningkatkan penjualan, sama seperti industri pariwisata. Selain itu, komunikasi sangat membantu calon konsumen untuk membuat keputusan pembelian, karena informasi yang didapatkan sangat membantu. Salah satu alat komunikasi yang digunakan adalah menggunakan komunikasi *word of mouth*. *Word of Mouth* yang positif akan mempengaruhi terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi Objek Wisata di Kulon Progo.

Produk wisata adalah strategi pemasaran yang ditawarkan kepada wisatawan untuk mengunjungi suatu wisata tersebut. Tujuannya untuk menarik pengunjung, memuaskan pengunjung dan untuk berkunjung atas produk yang ditawarkan.

Citra destinasi adalah pengetahuan wisatawan mengenai destinasi yang akan mereka kunjungi dan apa yang akan mereka rasakan selama disana. Dengan adanya *citra* yang baik melalui informasi komunikasi *word of mouth*, kemudian produk wisata akan berdampak pada keputusan wisata untuk berkunjung. Dengan penjelasan tersebut, peneliti akan meneliti Pengaruh *Word of Mouth*, dan Produk Wisata terhadap Citra Destinasi dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Objek Wisata di Kulon Progo)

Peneliti memilih objek di Kulon Progo, karena objek wisata yang ada disana sangat banyak dan memiliki potensi yang bagus untuk destinasi wisatanya. Penelitian ini adalah penelitian replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zakia,dkk ( 2016 ) dimana pada penelitian ini mengganti objek yaitu dari

Studi Pada Obyek Wisata Colo Kudus menjadi Studi Pada Objek Wisata di Kulon Progo.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dikemukakan diatas , maka dapat ditarik suatu perumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap citra destinasi di Kulon Progo?
2. Apakah produk wisata berpengaruh terhadap citra destinasi di Kulon Progo ?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Kulon Progo ?
4. Apakah *word of mouth* berpengaruh secara langsung terhadap keputusan berkunjung di Kulon Progo ?
5. Apakah produk wisata berpengaruh secara langsung terhadap keputusan berkunjung di Kulon Progo ?
6. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi oleh citra destinasi di Kulon Progo ?
7. Apakah produk wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi oleh citra destinasi di Kulon Progo ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap citra destinasi.

2. Untuk menganalisis pengaruh produk wisata terhadap citra destinasi.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung.
4. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung.
5. Untuk menganalisis pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung.
6. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi oleh citra destinasi.
7. Untuk menganalisis pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung yang dimediasi oleh citra destinasi.

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

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai Pengaruh *Word Of Mouth*, Dan Produk Wisata Terhadap Citra Destinasi Dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Objek Wisata di Kulon Progo). Serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan baru sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan literatur bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai dasar dalam pengambilan keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-

langkah yang akan dilakukan oleh pengelola wisatawan dimasa yang akan datang.