

## bab 1

### pendahuluan

#### 1.1 latar belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal mempunyai banyak destinasi wisata yang memiliki pesona akan keanekaragaman tersendiri. seperti provinsi Jawa Timur, khususnya di Kabupaten Lumajang merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak destinasi wisata baru dan saat ini mulai dikembangkan yang terdiri dari wisata alam maupun buatan. berikut data destinasi wisata yang berada di Kabupaten Lumajang, diantaranya :

tabel 1.1 obyek wisata di Kabupaten Lumajang

no	nama obyek wisata	kecamatan
1	agro royal family	pasrujambe
2	candi gedong putri	candipuro
3	candi randuagung	randuagung
4	goa tetes	pronojiwo
5	g. lemongan	klakah
6	hutan bambu	candipuro
7	kolam renang veteran	lumajang
8	pantai bambang	pasirian
9	air terjun trap sewu	pronojiwo
10	air terjun kapas biru	pronojiwo
11	pantai watu pecak	pasirian
12	pantai wotgalih	yosowilangun
13	pemandian alam tirtosari view	candipuro
14	pemandian joyokarto	tempeh
15	pemandian kayu batu	tempeh
16	pemandian alam selokambang	sumberbuko
17	pemandian tirtowono	candipuro
18	piket nol	candipuro
19	puncak b29	senduro
20	pura mandara giri semeru agung	senduro
21	kawasan pendakian g. semeru	senduro
22	ranu klakah	klakah
23	ranu pakis	klakah
24	ranu bedali	ranuyoso
25	kawasan situs biting	sukodono
26	taman wisata tpi tempursari	tempursari
27	museum daerah kab. lumajang (kawasan wonorejo terpadu) kwt	kedungjajang
28	waterpark (kawasan wonorejo terpadu) kwt	kedungjajang
29	view point air terjun tumpak sewu semeru	pronojiwo
30	kawasan pantai dampar indah	pasirian
31	alun - alun lumajang	lumajang
32	pemandian telaga semeru	pasirian
33	air terjun sumber telu	pronojiwo
34	air terjun watu lapis	pronojiwo
35	wisata agro kertowono	guccialit
36	pemandian surojoyo	lumajang

sumber : [disparbud.lumajangkab.go.id/ppid/dip](http://disparbud.lumajangkab.go.id/ppid/dip) 2019

perkembangan pariwisata khususnya di kabupaten lumajang pada saat ini lebih beragam, destinasi unggulan pariwisata berdasarkan dari tabel 1.1 diatas salah satunya yaitu wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang. keberadaan destinasi wisata dalam suatu daerah mampu menumbuhkan nilai ekonomi masyarakat dan menjadi investasi tersendiri bagi pihak pengelola. berwisata menjadi salah satu bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, hal ini disebabkan karena banyak faktor yang melatar belakangi, antara lain, rutinitas kerja yang padat, kebutuhan refreshing dan keinginan mendapatkan pengalaman baru pada sebuah destinasi wisata. wisatawan yang tertarik berkunjung ke wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang mendapatkan informasi dari *electronic word of mouth*, media sosial dan daya tarik tersendiri yang dimiliki oleh keberadaan destinasi tersebut, yang menjadi dasar bagi pengunjung menentukan lokasi wisata yang akan dikunjungi

keputusan berkunjung merupakan suatu pendapat pikiran yang dimiliki oleh seseorang untuk menentukan suatu perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lainnya. kotler dan keller (2009) mengemukakan keputusan adalah tahap prosedur seseorang untuk mengambil sebuah keputusan dimana konsumen benar-benar membeli produk atau tidak. penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh nadine natasha l.toruan dan donni juni priansa (2018) judul pengaruh *electronic word of mouth* pesona jawa barat terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke jawa barat tahun 2018, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* pesona jawa barat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

wisatawan mengetahui keberadaan sebuah destinasi wisata yang menarik salah satunya melalui *electronic word of mouth*, adalah jejaring sosial yang dapat digunakan untuk menyampaikan atau melakukan suatu aktifitas melalui media sosial seperti promosi suatu tempat, produk ataupun barang jasa. susilo hadi (2013) keuntungan *electronic word of mouth* adalah *costeffective* dan karena kedinamisannya menjadikan konten komunikasi dapat diubah sesering dan secepat kebutuhan pemasar maupun konsumen. puti embun sari, eka mariyanti, siska lusia putri (2019), dengan judul pengaruh *electronic word of mouth* foto wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di padang. hasilnya menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di kota padang. promosi melalui jejaring media sosial dapat menunjukkan macam-macam daya tarik yang dimiliki oleh wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang

daya tarik wisata merupakan keunikan karakter dan keanekaragaman yang mempunyai nilai tersendiri dari suatu obyek wisata. rai utama (2017) daya tarik wisata harus memenuhi tiga hal yakni *something to see* (ada yang dilihat), *something to do* (ada yang dikerjakan), dan *something to buy* (ada yang dibeli/souvenir). penelitian terdahulu dilakukan oleh erni junaida (2019) dengan judul pengaruh daya tarik wisata dan *word of mouth* terhadap keputusan wisata berkunjung ke taman hutan kota di kota langsa. hasilnya daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan obyek wisata gunung beruk karangpatihan balong.

wisatawan yang berkunjung ke wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang disebabkan karena mereka mengetahuinya dari adanya teknologi komunikasi melalui *electronic wort of mouth* atau media *facebook*. wisatawan mencari informasi lewat media internet atau media sosial karena lebih mudah, murah, cepat dan kredibel. *facebook* sudah menjadi alternatif pilihan wisatawan yang akan memutuskan berkunjung ke wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang. melalui postingan yang diunggah pada *facebook*, wisatawan dapat merespon, berminat dan memiliki keputusan untuk berkunjung.

wisatawan berkunjung ke wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang memiliki beberapa keuntungan antara lain : wisatawan dapat menikmati macam-macam destinasi wisata menarik di lokasi tersebut, antara lain : keindahan air terjun semingker, puncak kbr dan puncak 74 dimana pada lokasi ini wisatawan bisa melihat pemandangan kebun teh yang indah, luas udaranya sejuk dan pemandangan gunung semeru, lemongan dan argopuro yang dapat dinikmati oleh pengunjung. tiket masuk ke lokasi wisata cukup terjangkau, sehingga banyak wisatawan yang tertarik berkunjung.

berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana **pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.**

## 1.2 batasan penelitian

guna membatasi masalah yang timbul dan untuk memecahkannya dengan baik, maka peneliti melakukan batasan masalah sebagai berikut :

- a. penelitian ini merupakan penelitian di bidang manajemen pemasaran.
- b. penelitian ini meneliti tentang pengaruh *electronic word of mouth* pada *facebook* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.
- c. responden pada penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung pada wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.
- d. lokasi penelitian ini terletak di desa kertowono kecamatan gucialit kabupaten lumajang.

## 1.3 rumusan masalah

berdasarkan uraian latar belakang, maka perumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

1. apakah terdapat pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata secara signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di obyek wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang?
2. apakah terdapat pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata secara simultan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di obyek wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

## 1.4 tujuan penelitian

berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata secara signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di obyek wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.
2. untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata secara simultan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di obyek wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

### **1.5 manfaat penelitian**

manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkaitan, yaitu

1. manfaat teoritis  
dapat menambah konsep atau teori yang dapat mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran atau yang berkaitan dengan pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke obyek wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

*electronic word of mouth* menurut nugraha (2013) adalah suatu komunikasi interpersonal promosi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih melalui media sosial untuk mendapatkan komentar atau respon positif.

daya tarik wisata menurut ismayanti (2009), memaparkan bahwa daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi,

daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan mengunjungi suatu tempat.

2. manfaat praktis

hasil dari penelitian ini harapannya dapat berguna dan bermanfaat dalam memberikan informasi serta gambaran yang lebih nyata yang berkaitan dengan pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke obyek wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

a. bagi peneliti

penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana strata 1 di sekolah tinggi ilmu ekonomi widya gama lumajang, serta dapat untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran atau yang berkaitan dengan pengaruh *electronic word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke obyek wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

b. bagi pengelola obyek

sebagai bahan masukan bagi pengelola obyek wisata agro kebun teh kertowono gucialit lumajang agar dapat lebih memahami perilaku konsumen sehingga dapat menentukan strategi pemasaran seperti apa yang efektif digunakan dalam mengembangkan obyek wisata agro kebun teh kertowono kecamatan gucialit lumajang.

c. bagi wisatawan

sebagai bahan masukan bagi wisatawan supaya lebih kreatif dalam mencari informasi terkait obyek wisata sehingga sebelum berkunjung konsumen sudah mengetahui informasi seputar obyek wisata.

