

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era saat ini, banyak faktor yang dapat mempengaruhi munculnya sesuatu dikarenakan efek yang timbul oleh faktor-faktor yang telah dirasakan maupun dibicarakan oleh segala pihak. Pertama-tama dapat kita lihat dari segi bidang Pariwisata (*Tourism*), bahwa bidang ini merupakan kekuatan (*Power*) atau pemicu dari ketertarikan dalam suatu usaha maupun dalam suatu negara. Dalam suatu Negara dapat kita lihat bahwa sumber dana atau pendapatan yang di peroleh sebagian besar berasal dari faktor pariwisata seperti taman wisata hiburan contohnya Kebun Binatang Safari dan Wahana Permainan contohnya Trans Studio Bandung ataupun Monas Jakarta. Indonesia memiliki suatu kebanggaan, dimana memiliki lokasi pariwisata terbaik yaitu pulau Bali. Menurut Nursastri, (2017) bahwa Pulau Bali dinobatkan sebagai lokasi wisata terbaik di Dunia. Dimana pulau Bali dapat mengalahkan tempat pariwisata dari negara negara lainnya berupa Inggris dan Amerika Serikat.

Dalam dunia pariwisata, selain Taman hiburan, masih banyak macam bidang seperti Perhotelan, Pusat Pembelanjaan (*mall*) dan yang paling sering dikunjungi merupakan restoran atau *café*. Ada juga faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ketertarikan pelanggan dalam suatu kawasan perhotelan, faktor utama merupakan kenyamanan pelanggan dalam menempati suatu hotel, jika pelanggan tersebut merasa tidak nyaman akan hotel tersebut, maka akan menjadi dampak buruk pada hotel tersebut, faktor yang menyebabkan ketidaknyamanan pelanggan muncul dapat diperhatikan mulai dari kebersihan setiap area di dalam kamar atau ruang penginapan pelanggan, tingkat pelayanan (*services*) dari pihak hotel yang diberikan kepada pelanggan, dan fasilitas-fasilitas yang tersedia untuk dinikmati oleh pelanggan. Jika poin-poin tersebut dapat di perhatikan dengan maksimal, maka pelanggan pun akan merasakan kenyamanan dan kenikmatan yang maksimal dalam hotel tersebut sehingga dapat menyebabkan pelanggan tersebut ingin berkunjung kembali ke hotel atau tempat penginapan serta akan

merekomendasikan kepuasan yang dirasakan kepada teman atau kerabat sekelilingnya dengan cara mulut ke mulut.

Di lihat dari segi bidang *Cafe*, bahwa factor yang dapat mempengaruhi kenyamanan dan ketertarikan pada pelanggan, contohnya berupa kenikmatan makanan, kenyamanan pelayanan dan harga yang terjangkau. Ketiga poin tersebut merupakan faktor utama dari tingkat kepuasan ataupun keinginan yang di harapkan pelanggan, jika ada salah satu poin yang tidak tercapai pengaruhnya tingkat kepuasan pelanggan serta menyebabkan pandangan pelanggan terhadap *cafe* tersebut menjadi menurun. Dapat diperhatikan bahwa pelanggan yang berkunjung akan menikmati suasana serta cita rasa makanan dari *cafe* tersebut, sehingga hasil yang mereka dapatkan dari *cafe* tersebut akan mereka ceritakan kepada teman atau kerabat lainnya (*word of mouth*). Selain cita rasa, ada hal yang lebih penting dan harus di perhatikan oleh pihak *cafe* adalah kualitas pelayanan yang disediakan oleh pihak *cafe*, pelayanan yang diberikan harus memiliki standarisasi yang tinggi dengan memberikan pengetahuan atau pelatihan kepada pelayan (*Waiter*) di *cafe* sehingga mereka tidak sembarangan memberikan layanan ataupun memberikan pelayanan dengan sikap yang buruk.

Dalam dunia Pariwisata, WOM (*word of mouth*) merupakan kunci sebagai informasi dalam pemasaran, WOM dapat berefek besar pada segala jenis usaha pariwisata maupun non-pariwisata. Berikut ini beberapa faktor yang sangat mempengaruhi sebagai pendorong terjadinya WOM, yaitu : Kualitas pelayanan yang di inginkan pelanggan (*Destination Perceived Quality*), Kepuasan pelanggan (*Satisfaction*), Keseringan berkunjung (*Visit Frequency*), dan Jenis Kelamin (*Gender*). Kedua faktor tersebut berperan penting dalam terwujudnya WOM pada suatu kegiatan usaha pariwisata. Berikut penjelasan definisi WOM menurut ahli :

Menurut Jalilvand *et al.*, (2017), *Word of mouth* (WOM) pada awalnya adalah komunikasi biasa antar orang yang memiliki barang atau jasa yang dikonsumsi dengan persepsi evaluasi mereka sendiri, dan orang-orang yang tertarik untuk menyebarkan hal mengenai barang atau jasa tersebut.

WOM terdapat dua macam ialah Tradisional *word of mouth* dan *Electronic word of mouth*. Tradisional WOM merupakan *word of mouth* yang di sampaikan

melalui mulut ke mulut secara langsung. Sedangkan untuk *E-WOM* di sampaikan melalui sebuah media (*platform*) seperti media sosial contohnya Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitter, dan media sosial lainnya).

Banyak masyarakat yang dengan mudah menggunakan eWOM dikarenakan mudah untuk dijangkau dari segala sosial media, tidak memerlukan biaya apapun dan dapat terjangkau ke masyarakat yang lebih luas dimana saja yang menggunakan sosial media tersebut, sedangkan untuk WOM tidak dapat dijangkau oleh segala masyarakat, karena WOM hanya dapat di salurkan melalui mulut ke mulut , kepada sahabat dan kerabat maupun masyarakat sekitar saja.

Dalam pandangan masyarakat mengenai WOM, masyarakat pastinya ingin mengetahui bagaimana kritik atau saran pengguna atau pelanggan lainnya yang sudah pernah menggunakan dan merasakan bagaimana hasil tersebut untuk menjaga-jaga agar tidak terlanjur merasakan apa yang tidak diinginkan. Calon pelanggan cenderung ingin mengetahui apa sebenarnya yang dirasakan oleh pelanggan yang telah mengetahui apa yang akan dicoba atau dibeli. Berbeda dengan sudut pandang dari pihak perusahaan atau pengusaha, bahwa *WOM* berperan sangat penting yang dapat berefek besar pada perusahaan atau pengusaha , jika pelanggan merasakan puas terhadap apa yang di terima, maka secara otomatis pelanggan tersebut akan memberikan komentar, kritik dan saran (*review*) yang positif terhadap sahabat dan kerabat mereka. Jika sebaliknya, apa yang di rasakan oleh pelanggan tersebut buruk dan tidak sesuai dengan keinginan, maka secara otomatis pelanggan tersebut akan memberikan komentar dan kritik yang buruk terhadap calon pelanggan atau sahabat dan kerabat lainnya, sehingga berdampak buruk dan akan menyebabkan pelanggan lain menjadi tidak berniat untuk melakukan pembelian suatu produk perusahaan. Sehingga penjelasan tersebut, terbukti dampak *WOM (word of mouth)* berperan penting dalam dunia pariwisata (*tourism*).

Berdasarkan hasil pemaparan tersebut, maka penulis berniat untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Word Of Mouth Terhadap Café di Kota Batam”**

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Dapatkah *Destination Perceived Quality* berpengaruh pada *Customer Satisfaction* ?
- 2) Dapatkah *Destination Perceived Quality* berpengaruh pada WOM (*Word of Mouth*) ?
- 3) Dapatkah *Customer Satisfaction* berpengaruh pada WOM (*Word of Mouth*) ?
- 4) Dapatkah *Visit Frequency* berpengaruh pada WOM (*Word of Mouth*) ?
- 5) Dapatkah *Gender* (Jenis Kelamin) pengaruh pada saat WOM (*Word of Mouth*) terpengaruh oleh *Destination Perceived Quality* ?
- 6) Dapatkah *Visit Frequency* berpengaruh pada saat *Customer Satisfaction* terpengaruh oleh *Destination Perceived Quality* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini juga terdapat beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1) Supaya mengetahui pengaruhnya *Destination Perceived Quality* pada *Customer Satisfaction*
- 2) Supaya mengetahui pengaruhnya *Destination Perceived Quality* pada WOM (*Word of Mouth*)
- 3) Supaya mengetahui pengaruhnya *Customer Satisfaction* pada WOM (*Word of Mouth*)
- 4) Supaya mengetahui pengaruhnya *Visit Frequency* pada WOM (*Word of Mouth*)
- 5) Supaya mengetahui pengaruhnya *Gender* pada WOM (*Word of Mouth*) saat terpengaruh oleh *Destination Perceived Quality*
- 6) Supaya mengetahui pengaruh *Visit Frequency* pada *Customer Satisfaction* saat terpengaruh oleh *Destination Perceived Quality*

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan terdapat manfaat yang berguna bagi berbagai pihak yaitu:

- 1) Bagi Perusahaan atau Pengusaha : Bermanfaat untuk memberitahukan dan mendukung perusahaan ataupun pengusaha untuk mengetahui cara mendapatkan keuntungan berupa pemasaran tanpa biaya (gratis) yang sangat berperan penting dalam dunia pariwisata terutama *café-café* di kota Batam, serta dapat menghindari keburukan yang akan timbul akibat kekurangan kepuasan pelanggan sehingga menyebabkan efek buruk pada WOM (*Word of Mouth*).
- 2) Bagi Pembaca atau Pelanggan : Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi masyarakat atau pelanggan untuk mengetahui bahwa calon pelanggan dapat mendapatkan kritik dan saran yang dirasakan pelanggan sebelumnya untuk menghindari hasil buruk yang tidak diinginkan dan kepuasan tidak tercapai. Sehingga pembaca dapat mendapatkan pengetahuan dimana akan sangat berguna jika mereka akan berbisnis atau berusaha dengan sesuatu yang berbau pariwisata dan menjadi akan lebih memerhatikan sisi negatif yang dapat muncul akibat efek buruk dari WOM jika dalam suatu usaha tersebut tidak dikendalikan dengan baik dari sikap pelayanan ataupun fasilitas yang diberikan kepada pelanggan.
- 3) Bagi Peneliti atau Penulis : Bermanfaat sebagai referensi dan menambah pengetahuan bahwa faktor yang mempengaruhi pada WOM (*Word of Mouth*) dan seberapa penting WOM terhadap dunia pariwisata dan seberapa berguna terhadap dunia pemasaran dalam suatu perusahaan.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pembahasan ini terdapat latar belakang, permasalahan, tujuan dan manfaat yang terdapat dalam penelitian ini serta sistematika pembahasan yang diuraikan dengan jelas singkat dan padat.

BAB II KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pada bagian ini terdapat pembahasan tentang metode penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variable independent pada variable dependen.

BAB III METODE PENELITIAN

Menerangkan sebuah objek penelitian, pengertian variabel, teknik-teknik pengumpulan data, serta metode apa saja yang akan digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan hasil analisa data yaitu menguji hipotesis dengan membahas hasil statistik deskriptif dari kuesioner, uji kualitas data dan pengujian hipotesis.

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Menjelaskan seluruh hasil penelitian yang telah disimpulkan supaya mempermudah bagi pembaca, kemudian kendala pada saat melakukan penelitian serta saran ataupun rekomendasi bagi peneliti selanjutnya.