

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WISATA BAHARI LAMONGAN

by ITSNANI RAMADHANI

Submission date: 12-Mar-2021 09:45PM (UTC-0800)

Submission ID: 1516953639

File name: s_pelanggan_pada_wisata_bahari_lamongan_-_Itsnani_Ramadhani.docx (20.79K)

Word count: 449

Character count: 6071

²**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WISATA BAHARI LAMONGAN**

RINGKASAN

² Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan brand equity terhadap loyalitas pelanggan di Wisata Bahari Lamongan. ³ Jenis penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Jenis dan sumber yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuisioner, observasi, dokumentasi. Didalam penelitian ini menggunakan skali likert. Hasil penelitian dan pembahasan yang telah didapatkan dan diolah oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa: Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Bahari Lamongan. Secara parsial variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Bahari Lamongan. Secara parsial variabel Brand Equity berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Bahari Lamongan. Secara simultan variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Brand Equity berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wisata Bahari Lamongan. ⁶

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, brand equity, loyalitas pelanggan.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan semakin berkembangnya dunia pariwisata saat ini yang cukup menjanjikan khususnya bagi kalangan Pengusaha Swasta maupun Pemerintah. Maka berdirilah “Wisata Bahari Lamongan” sebagai penyeimbang terhadap objek wisata yang telah ada sebelumnya, yaitu Wisata Tanjung Kodok dan Wisata Goa Maharani. Berdiri pada tanggal 14 November 2004 Wisata Bahari Lamongan terletak di pesisir bagian utara Pulau Jawa, tepatnya di Kota Lamongan Kec. Paciran. Kab. Lamongan hadir dengan keunikan hasil perpaduan aspek-aspek⁵ Nature (Alam), Culture (Budaya) dan Architecture (Arsitek) yang bernuansa global dengan tetap mempertahankan ciri khas lokal. Wisata Bahari Lamongan berdiri di atas tanah seluas 17 hektar dengan berbagai fasilitas yang siap memanjakan pengunjung dengan konsep one stop service.

Menurut Koen Meyers (2009) Pariwisata merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan k
enikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain – lain.⁴

Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 10 pasal 1 ayat (1) menyebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang

dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pada ayat (4) kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Ayat (6) daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata, Fasilitas Umum, Fasilitas Pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Pada ayat (12) menyatakan bahwa Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus diajukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata.

Kegiatan wisata atau rekreasi digunakan masyarakat untuk menghilangkan rasa penat/stres. Pola gaya hidup masyarakat modern saat ini yang semakin padat dalam rutinitasnya, sempitnya waktu membuat banyak orang yang membutuhkan tempat untuk berlibur (wisata) untuk melepaskan kepenatannya dan memperoleh suasana baru yang menyenangkan dan menghibur. Konsumen di ibaratkan seorang raja yang harus dilayani dan di hormati, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada konsumen.

Lamongan merupakan salah satu kabupaten yang terletak di pantai utara Jawa Timur dan sebagai kawasan pesisirnya berupa bukitan. Formasi ini merupakan kelanjutan dari rangkaian pegunungan kapur utara, dibagi antara terdapat dataran rendah dan bergelombang dan sebagian tanah berawa. Sedangkan di bagian selatan terdapat pegunungan, yang merupakan ujung timur dari pegunungan Kendeng, dan Bengawan Solo mengalir di bagian utara.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan sarana prasarana.

Wisata Bahari Lamongan siap memanjakan konsumen dengan konsep **one stop service** mulai jam **08.00** – **16.30** **WIB** setiap harinya. Wisata Bahari Lamongan menyediakan fasilitas lengkap seperti wahana permainan anak dan permainan dewasa yang bermacam – macam, wahana rekreasi pantai, kolam renang, **banana boat** dan yang lainnya. Selanjutnya pasar wisata, pasar buah, **pasar hidangan** (tempat makan dan minum), serta fasilitas umum lain seperti mushollah, klinik, ATM, toilet, tempat parkir dan lain sebagainya.

Banyak fasilitas yang disediakan oleh Wisata Bahari Lamongan tetapi tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Faktor lain juga sangat mempengaruhi kepuasan tersebut, diantaranya adalah kualitas layanan, kepuasan dan *brand equity*. Dari ketiga faktor tersebut juga memiliki keterkaitan terhadap kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Bahari Lamongan ?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Bahari Lamongan ?
3. Apakah *Brand Equity* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Bahari Lamongan ?
4. Apakah kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan Brand equity secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Wisata Bahari Lamongan ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Wisata Bahari Lamongan.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Wisata Bahari Lamongan.
3. Untuk mengetahui *Brand Equity* terhadap loyalitas pelanggan Wisata Bahari Lamongan.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan brand equity secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Wisata Bahari Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas dan juga untuk mengetahui masalah yang dihadapi perusahaan dalam upaya keputusan kualitas pelayanan.

2. Bagi instansi

Diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam pengetahuan dan informasi, sebagai bahan masuk dalam melakukan sebuah keputusan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan menjadi sumber informasi tambahan pengetahuan dan juga untuk acuan atau referensi guna pengembangan lebih lanjut.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN, BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WISATA BAHARI LAMONGAN

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Student Paper

6%

2

123dok.com

Internet Source

4%

3

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

4%

4

www.yumpu.com

Internet Source

3%

5

id.scribd.com

Internet Source

2%

6

Sri Rahayu, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN", Jurnal
Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020

Publication

1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off