

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di Indonesia. pariwisata di Indonesia sedang dalam tahap pemulihan dan mengalami kenaikan kunjungan Pengunjung setelah mengalami penurunan akibat pandemi covid-19 Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan Pengunjung mancanegara pada bulan Mei 2023 mencapai 809,96 ribu kunjungan naik drastis dibandingkan Januari 2022 diangka 121.978 Pengunjung. Kenaikan ini juga tidak lepas dari kebijakan Pemerintah yang telah Mencabut Pemberlakuan Pembatasan Kerja Masyarakat (PPKM) di akhir tahun 2022 hal ini memberikan dampak positif bagi sektor pariwisata di Indonesia yang kembali normal dan beberapa tempat wisata yang sempat tutup total kini beropersasi kembali.

Kota Batu merupakan salah satu kota yang terletak di provinsi Jawa Timur memiliki potensi pariwisata yang besar dan banyak di kunjungi Pengunjung terbukti sepanjang tahun 2022 Dinas Pariwisata Kota Batu mencatat 7,4 juta kunjungan. "Kota Pariwisata", merupakan sebutan untuk Kota batu karena terkenal berbagai atraksi wisata menarik dan memiliki banyak pilahan wisata yang akan di kunjungi Pengunjung seperti wisata edukasi, alam, buatan, agrowisata, kuliner, religius, dan minat khusus. Pemerintah Kota Batu

berencana untuk meningkatkan posisi dan peran kota tersebut untuk menjadi "Pusat Pariwisata". Salah satu wisata yang sedang *trend* di Kota Batu adalah Rafting. terdapat beberapa pilahan tempat rafting yang menarik diantaranya Pujon Rafting, Kesambon Rafting, Batu Alam Rafting dan Kaliwatu Rafting.

Kaliwatu Rafting merupakan salah satu layanan rafting menawarkan kegiatan yang menyenangkan dan menantang. Kaliwatu Rafting berada di Desa Bumiaji dan berdekatan dengan sungai Berantas yang digunakan oleh Kaliwatu Rafting sebagai tempat kegiatan rafting. Tempat ini sangat di rekomendasikan bagi Pengunjung yang menyukai wisata adrenalin dan menantang menyusuri derasnya aliran sungai Berantas, di sepanjang perjalanan pengunjung akan di suguhkan tebing tebing yang terjal, berbatu dan banyaknya rest area sebagai tempat pemberhentian di tengah perjalanan. Kaliwatu Rafting sangat aman dan nyaman juga bisa untuk semua usia mulai dari anak anak hingga dewasa.

Banyaknya tempat rafting membuat ketatnya persaingan antara pengelola layanan rafting agar dimiati oleh Pengunjung. Upaya untuk meningkatkan kepuasan Pengunjung di kaliwatu rafting perlu meningkatkan *brand awareness* dan kualitas pelayanan.

Brand awareness adalah tingkat pengetahuan dan pengenalan yang dimiliki oleh individu atau Pengunjung terhadap sebuah merek atau destinasi pariwisata. Hal ini mencerminkan sejauh mana seseorang mengenal, mengidentifikasi, dan mengingat merek atau destinasi tertentu saat mereka

memikirkan atau berinteraksi dengan opsi-opsi dalam industri pariwisata. Kesadaran merek memainkan peran penting dalam memengaruhi kepuasan Pengunjung, ketika seseorang merasa akrab atau percaya pada sebuah merek atau destinasi, mereka cenderung lebih memilihnya. Tingkat *brand awareness* yang tinggi juga dapat menciptakan hubungan emosional dengan Pengunjung, memperkuat loyalitas, dan meningkatkan peluang merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

Sementara itu, kualitas pelayanan merujuk pada berbagai aspek pengalaman yang diberikan kepada Pengunjung selama perjalanan mereka. Ini mencakup sejauh mana staf dan personel pariwisata bersikap ramah dan membantu, tingkat kebersihan dan pemeliharaan fasilitas yang ditawarkan, kemudahan akses ke berbagai tempat dan layanan, serta kemampuan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan Pengunjung. Kualitas pelayanan yang tinggi di destinasi pariwisata dapat menciptakan pengalaman positif bagi Pengunjung, meningkatkan tingkat kepuasan mereka, dan berkontribusi pada kesan baik secara keseluruhan tentang destinasi tersebut. Pengalaman positif ini, dalam banyak kasus, mendorong Pengunjung untuk kembali atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

Jadi, pada intinya, *brand awareness* adalah sejauh mana Pengunjung mengenali dan memahami merek atau destinasi, sementara kualitas pelayanan adalah sejauh mana destinasi tersebut mampu memberikan pengalaman yang memuaskan kepada Pengunjung. Keduanya memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan Pengunjung.

Kelemahan *Brand Awareness* di Kaliwatu Rafting adalah kurangnya Diferensiasi Merek yang membuat Pengunjung sulit membedakan merek ini dari pesaing-pesaingnya. Hal ini dapat mengurangi daya tarik merek di mata Pengunjung. Selain itu, adanya keterbatasan dalam mengkomunikasikan nilai tambah merek kepada Pengunjung dapat mengurangi motivasi mereka untuk memilih Kaliwatu Rafting sebagai tujuan rafting. Persaingan yang ketat dalam industri rafting juga dapat mempengaruhi daya saing merek. Sedangkan Kelemahan dalam kualitas pelayanan di Kaliwatu Rafting yang dapat menyebabkan ketidakpuasan Pengunjung atas pelayanan yang diberikan adalah kurangnya perawatan dan pemeliharaan peralatan fasilitas rafting, seperti perahu yang mulai rusak, pelampung dan helm tidak dibersihkan setelah digunakan, rest area dan tempat parkir yang tidak memadai. Kaliwatu Rafting harus memperbaiki aspek-aspek ini dengan meningkatkan kebersihan, merawat fasilitas rafting seperti perahu dan pelampung dengan baik, menyediakan peralatan rafting yang bersih dan terawat, serta menambah rest area dan tempat parkir agar memadai, aspek-aspek ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan dan menghindari ketidakpuasan Pengunjung terhadap kondisi fasilitas yang kurang terawat.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *brand awareness* berpengaruh terhadap kepuasan Pengunjung di Kaliwatu Rafting?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan Pengunjung di Kaliwatu Rafting?
3. Apakah *brand awareness* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pengunjung di Kaliwatu Rafting?
4. Manakah variabel yang berpengaruh dominan antara *brand awaaeness* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pengunjung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dicapai melalui penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* terhadap kepuasan Pengunjung di Kaliwatu Rafting
2. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pengunjung di Kaliwatu Rafting
3. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh *brand awareness* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pengunjung di Kaliwatu Rafting
4. Untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh dominan antara *brand awaaeness* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pengunjung di Kaliwatu Rafting

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan Memberikan sumbangan dalam bidang ilmu pengetahuan dan akademik.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan Pengunjung di Kaliwatu Rafting.