

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern ini, kebutuhan akan rekreasi atau *refreshing* menjadi salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi. Karena setiap hari manusia melakukan aktivitas yang terkadang membuat seseorang merasa jenuh dan bosan, sehingga membutuhkan waktu untuk beristirahat. Kecenderungan itu membuat seseorang harus membagi waktu untuk *refreshing* agar menjadi lebih segar.

Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan mengunjungi tempat-tempat wisata. Wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjunginya dalam jangka waktu sementara. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan

Di Indonesia terdiri dari berbagai ragam tempat wisata yang sangat indah dengan keunikan berbeda-beda yang tersebar hampir diseluruh propinsi, salah satunya yang berada di provinsi Jawa Timur. Jawa Timur yang lebih dikenal dengan pusat kawasan Timur Indonesia dan memiliki signifikansi perekonomian yang cukup tinggi. Ibu kota Jawa Timur sendiri

yaitu Surabaya dimana kota tersebut juga mempunyai tempat wisata yang juga populer, selain Surabaya ada tempat wisata di kota lainnya yang masuk daerah provinsi Jawa Timur seperti Lamongan, Malang, Kediri, Jombang dan lain sebagainya.

Kota Jombang yang lebih dikenal sebagai kota beriman atau kota santri juga memiliki tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi, salah satunya adalah penginapan Kampoeng Djawi yang berada di Wonosalam tepatnya di dusun Gondang desa Carangwulung.

Setiap tempat wisata diharapkan mampu menarik hati konsumen untuk mengunjunginya. Hal ini bisa dilakukan dengan desain yang menarik dan unik bahkan berbeda dengan tempat wisata yang lainnya. Salah satunya dengan menciptakan atmosfer/suasana yang menyenangkan bagi konsumen ketika sedang mengunjungi tempat wisata, karena konsumen yang merasa senang diharapkan akan mengunjungi tempat wisata itu secara berulang-ulang.

Menurut Christina (2008:163) mengatakan bahwa
“Penciptaan suasana berarti desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan sekaligus untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang, penciptaan suasana dapat dilakukan melalui komunikasi visual, warna dan musik”.

Saat ini *atmosphere* (suasana) menjadi faktor penting bagi seorang konsumen dalam memilih tempat untuk beristirahat dan bersantap. Suasana yang nyaman menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum melakukan memutuskan untuk mengunjungi wisata tertentu. *Store*

Atmosphere tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan pembelian yang menyenangkan saja, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual serta dapat membentuk citra.

Salah satu penginapan yang unik adalah Kampoeng Djawi Wonosalam. Kampoeng Djawi berada pada ketinggian 750 m² diatas permukaan laut dengan udara yang cukup segar dikelilingi pegunungan dan hamparan sawah di sekitar, memperkuat suasana desa yang menyatu dengan keindahan alam. Kampoeng Djawi sendiri merupakan sebuah tempat ideal untuk melakukan rekreasi melepaskan penat dan beban aktivitas sehari – hari dan mendapatkan kembali rasa fresh dalam diri karena suasana yang diciptakan sangat rekreatif. Desain yang dimiliki oleh Kampoeng Djawi terdapat sentuhan arsitektur jawa dan budayanya yang sejiwa dengan keramahan penduduk dusun Gondang desa Carang Wulung dengan dilengkapi fasilitas *Outdoor, flying fox, ampi theater*, kolam renang, arena *shooting target*, pendopo joglo, *offroad, motor cross, mountain bike* dan bisa melakukan kegiatan *rafting* di kali boro.(www.kampoengdjawi.com).

Kampoeng Djawi Wonosalam menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen, karena konsumen akan berminat membeli produk kita jika merasa nyaman. Suasana juga merupakan salah satu hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian, dan bagi perusahaan juga harus bisa membuat seorang konsumen menjadi loyal terhadap kita. Loyalitas pelanggan sangat diperlukan oleh perusahaan dalam

meningkatkan *image* perusahaan, *image* yang diharapkan adalah *image* positif.

Strategi *store atmosphere* mempunyai dampak yang besar dalam mempengaruhi suasana hati konsumen yang pada akhirnya akan menimbulkan sikap untuk melakukan pembelian yang berulang-ulang. Desain tempat wisata yang tepat akan menarik konsumen untuk mengunjunginya. *Store atmosphere* yang menarik akan menjadikan konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan bahkan bisa merekomendasikan kepada orang lain agar mengunjungi tempat wisata tersebut.

Menurut Tjahyadi dalam Wiji, dkk (2006), loyalitas pelanggan memberikan profitabilitas bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal dapat menunjukkan sikap dan perilaku yang positif serta dapat memberikan rekomendasi yang positif sehingga dapat menjadi alat promosi bagi perusahaan tersebut. Menurut Bob Foster (2008:171) memiliki pelanggan yang loyal adalah salah satu tujuan akhir dari perusahaan karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kelanggengan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Tempat penginapan yang mengalami fenomena *store atmosphere* adalah Kampoeng Djawi yang berada di dusun Gondang desa Carangwulung Wonosalam. Kampoeng Djawi ini merupakan tempat rekreasi sekaligus penginapan dengan desain *interior* yang mengadopsi suasana alam yang natural dan indah, serta terdapat fasilitas kegiatan *outdoor* seperti *high rope*,

flying fox, ampi theater, kolam renang, arena *shooting target*, pendapa joglo, dan bisamelakukan kegiatan rafting di Kali Boro (Sungai Boro), *off road*, *motor cross* dan *mountain bike*.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dibuat sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *eksterior* terhadap loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang?
2. Apakah terdapat pengaruh *general interior* terhadap loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang?
3. Apakah terdapat pengaruh *store layout* terhadap loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang?
4. Apakah terdapat pengaruh *interior display* terhadap loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang?
5. Apakah terdapat pengaruh *eksterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Kmapoeng Djawi Wonosalam Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *eksterior* terhadap loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *general interior* terhadap loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store layout* terhadap loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *interior display* terhadap loyalitas pelanggan di Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian, penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang konsep pemasaran, khususnya *store atmosphere* serta dapat membandingkan teori-teori yang didapat selama dibangku perkuliahan dengan praktik yang sesungguhnya dalam perusahaan.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ide dan pikiran dalam menangani masalah yang sedang dihadapi oleh Kampoeng Djawi Wonosalam Jombang yang berkaitan dengan *store atmosphere* dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi akademik, sebagai tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang dan topik yang sama.