

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DI PANTAI PARISTIGARAS

Exaramayana Hp Malau

Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun
Jl. Sisingamangaraja No.1 Pematangsiantar
Jurnalmanajemenfeusi@gmail.com

Elidawaty Purba, SE.MSi

Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
Universitas Simalungun.
Jl. Sisingamangaraja No.1 Pematangsiantar

Abstract: This study discusses the experience of customers who discuss (Comfort, Educational, Beauty) to the interest of visiting visitors again. This research uses quantitative methods. This study used a sample of 30 people who had (at least 1 time) visited Paris Tigaras beach with a purposive sampling technique. The instrument testing technique in this study is testing the validity and reliability, while the data analysis technique uses the classic assumption test, the F test and t the coefficient of determination test. The results of this study indicate that the customer experience is considered positive for the interest in revisiting visitors.

Keyword: *customer experience, Comfort, Educational, Beauty, Re-Visiting Intention.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh customer experience yang meliputi (*Comfort, Educational, Beauty*) terhadap minat berkunjung ulang pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 orang yang pernah (minimal 1 kali) berkunjung ke Pantai Paris Tigaras dengan teknik *purposivesampling*. Teknik pengujian instrumen dalam penelitian ini yaitu pengujian validitas dan reliabilitas, sedangkan teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji F dan uji t koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh secara positif terhadap minat berkunjung ulang pengunjung.

Kata Kunci: *customer experience, Comfort, Educational, Beauty, Minat Berkunjung Ulang*

PENDAHULUAN

Indonesia tidak hanya kaya akan sumber daya alamnya. Alam Indonesia yang terdiri dari hutan, laut, dan sungai menghasilkan potensi wisata alam yang sangat luar biasa. Kekayaan alam Indonesia menjadi daya tarik yang selalu mampu menarik minat para wisatawan untuk berkunjung langsung melihat keindahan wisata alam Indonesia. Maka tidak heran lagi wisatawan yang datang terus bertambah, baik dari dalam maupun luar negeri untuk melihat. Hampir setiap daerah di Indonesia yang memiliki potensi wisata alam yang sangat memukau dan bentangan alam yang mempesona.

Selain menyimpan wisata budaya, Indonesia juga memiliki banyak potensi wisata alam yang dikembangkan di Sumatera utara memiliki kekayaan alam sangat lengkap, bahkan bisa mewakili seluruh destinasi wisata di Indonesia mulai dari gunung, pantai, danau, air terjun, kuliner, bahkan masih banyak lagi wisata yang kita miliki dengan nilai lebih yaitu wisata budaya. Masyarakat Sumatera Utara kaya akan budaya dan

keagamaan adatistiadat atau lebih sering disebut dengan masyarakat adat. Salah satu adat istiadat yang terkenal misalnya, Tari Tor - Tor masyarakat Batak.

Kabupaten Simalungun mempunyai potensi di bidang pariwisata yang cukup besar untuk dikembangkan dengan terdapatnya berbagai obyek wisata, baik obyek wisata alam maupun obyek wisata buatan. Dari beberapa obyek wisata yang ada di Kabupaten Simalungun, obyek wisata Pantai Garoga dan Pantai Paris Tigaras yang berada di Kecamatan Dolok Pardamean, Desa Tigaras merupakan tempat wisata yang memiliki berbagai keistimewaan, pantainya landai dengan air yang jernih serta jarak antara pasang dan surut relatif lama sehingga memungkinkan kita untuk berenang dengan aman dengan pemandangan alam yang sangat indah. Pantai Paris Tigaras adalah salah satu objek wisata yang menjadi salah satu pilihan di Kabupaten Simalungun. Tigaras terletak di Kecamatan Dolok Pardamean Kabupaten Simalungun, dengan jarak 48 Km dari Kota Pematangsiantar. Dari Tigaras dapat kita nikmati pemandangan Danau Toba dari sudut yang berbeda. Selain Danau Toba, keindahan yang dapat kita nikmati dari Tigaras juga dapat kita lihat Pulau Samosir dari pinggir danau. Tigaras juga memiliki pantainya dipenuhi batu-batu raksasa yang diukir secara alamiah oleh deburan ombak Danau Toba. Pengelolaan pariwisatanya juga mengandalkan kemauan warga setempat. Masyarakat setempat menjadikan daerah itu menjadi lokasi wisata pantai yang sebelumnya hanya pinggiran danau yang kotor dipenuhi dengan batu-batu besar, tetapi setelah adanya kemauan yang kuat dari masyarakat daerah itu pun menjadi bermanfaat bagi masyarakat dengan menjadikan daerah itu menjadi pantai yang bersih, asri, dan menjadi sebuah pemandangan yang menarik serta telah tersedia fasilitas berwisata untuk memanjakan wisatawan yang datang, selain pemandangan alamnya, beberapa fasilitas yang ada di lokasi ini adalah tempat berteduh untuk menikmati pemandangan danau dan wahana air seperti bananaboat, speedboat, perahu kano dan sepeda air. Selain itu fasilitas penginapan tersedia ditempatini bagi parawisatawan yang akan menginap.

Gambar I.1. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Objek Wisata 2017 / 2018

Obyek Wisata <i>Tourism Place</i>	2017			2018		
	Nusantara	Manca-negara	Jumlah	Nusantara	Manca-negara	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Parapat	134 285	8 610	142 895	61 527	5 991	67 518
Karang Anyer	11 984	-	11 984	1 743	...	1 743
Museum Simalungun/ Rumah Bolon	375	428	803	521	...	521
Haranggaol	3 210	20	3 230
Pemandian Alam Sejuk (PAS)	155 978	-	155 978	7 758	...	7 758
BIS (Bukit Indah Simarjarunjung)	128 767	...	128 767
Bah Damanik (Sarimatondang)	3 500	...	3 500
Pantai Paris ,Ardana,Bt Hoda	4 275	...	4 275
Bah Biak (Sarimatondang)	4 200	...	4 200
Jumlah / Total	305 832	9 058	314 890	212 291	5 991	218 282

Sumber : Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Simalungun 2020

Minat berkunjung ulang wisatawan biasanya muncul karena adanya persepsi positif atau pengalaman terhadap daya tarik wisata dan motivasi seseorang melakukan tindakan yang tanpa disadari. Minat merupakan pelanggan potensial yang mempunyai arti pelanggan yang pernah datang kembali dan menggunakan jasa kembali. Dengan demikian penulis ingin meneliti lebih dalam apa yang membuat para wisatawan berkunjung ulang ke Pantai Paris Pigaras dan bahkan lebih dari dua atau tiga kali berkunjung ke Pantai Paris Tigaras. Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengambil penelitian yang berjudul Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Berkunjung Ulang.

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. *Customer Experience*

Berasal dari satu set interaksi antara pelanggan dan produk, perusahaan, atau bagian dari organisasi, yang menimbulkan reaksi. Pengalaman ini benar-benar pribadi dan menyiratkan keterlibatan pelanggan pada tingkat yang berbeda (baik secara rasional, emosional, sensorik, fisik, dan spiritual). Pengalaman pelanggan adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan.

Menurut Kartajaya (Aprilia & Hadi, 2018 : 86) Penyedia jasa harus memberikan suatu pengalaman kinerja yang sangat baik dan membangun kepercayaan pengunjung sehingga menjamin kepuasan wisatawan (*product and service should be an experience*).

B. Minat Berkunjung Ulang

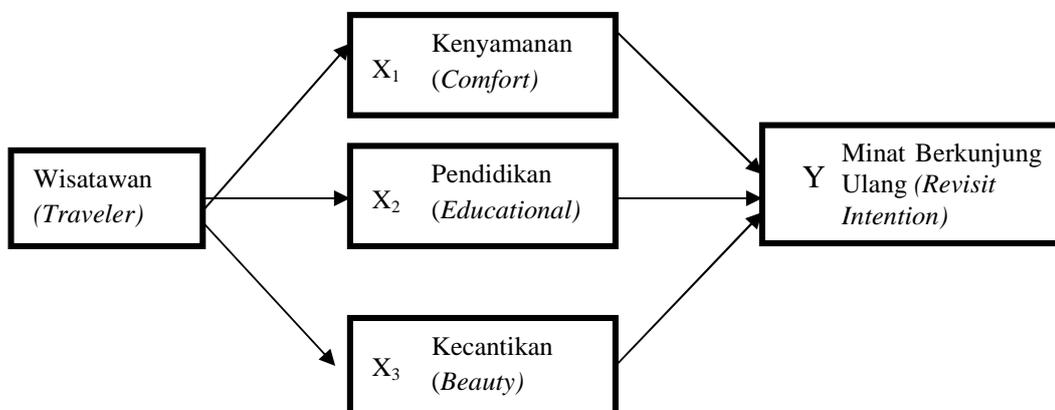
Menurut Kotler & Keller (Lia & Yasri, 2019 : 154) minat berkunjung ulang atau *revisit intention* merupakan bentuk perilaku (*behavioral intention*) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberikan *word of mouth* yang positif, tinggal lebih lama daripada perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan. Minat berkunjung ulang juga dapat berarti kemungkinan untuk menggunakan penyedia jasa yang sama di masa depan yang merupakan perwujudan sikap loyal dan komitmen konsumen terhadap kenyamanan.

C. Keputusan Berkunjung Ulang

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan atau lebih atau dengan kata lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebuah hal yang lazim terjadi ketika seorang wisatawan mempertimbangkan keputusan kunjungan dalam proses pemenuhan kebutuhan hidupnya. (Schiffman & Kanuk, 2007:486).

D. Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian digunakan sebagai landasan untuk menjawab permasalahan penelitian (Sujarweni, 2018 : 83) Landasan yang dimaksud berupa tinjauan literatur atas berbagai teori dengan hasil penelitian sebelumnya, berkenaan dengan masalah yang sedang diteliti..



Keterangan :

$X1 = Comfort$ $X2 = Educational$ $X3 = Beauty$ $Y = Revisit Intention$

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Periode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada bulan Maret 2020 sampai dengan Juli 2020 Lokasi penelitian ini di Pantai Paris Tigaras Jalan Raya Tigaras Partuahan Bangun Pane, Dolok Pardamean, Kabupaten Simalungu.

B. Metode Penelitian Dan Desain Penelitian

1. Metode Kuantitatif

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019:8).

2. Penelitian Survey

Penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden. Dalam penelitian survey digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu. Penggalan data dapat melalui kuesioner dan wawancara. Pengumpulan data jika menggunakan kuesioner dibuat sejumlah pertanyaan untuk diisi oleh responden. Tanya jawab dapat dilakukan secara langsung berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2019 : 142).

C. Prosedur pengumpulan Data

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan menggunakan teknik *purposive sampling*. Yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok diskusi, dan panel, atau juga data hasil wawancara penelitian dengan narasumber (Sujarweni, 2018 : 114).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan sebagainya (Sujarweni, 2018 : 114).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Bab ini menyajikan pengumpulan data, pengolahan data dengan pembahasannya. Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan kuesioner dengan cara menyebar kepada 30 responden dengan ketentuan yang sudah ditentukan oleh peneliti. Sebagai berikut karakteristik responden.

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	15	50
Perempuan	15	50
Total	30	100%

IV.1. persentase pengunjung perempuan yaitu sebesar 50% atau 15 orang sama dengan persentase pengunjung laki-laki dengan persentase sebesar 50% atau 15 orang.

Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Frekuensi Berkunjung	Jumlah	Persentase (%)
1 – 5	22	73,33
10-20	8	26,67
Total	30	100

Berdasarkan hasil identifikasi karakteristik responden menurut frekuensi berkunjung menunjukkan bahwa dari 30 responden, persentase pengunjung yang berkunjung sebanyak 1-5 kali sebesar 73,33%, dan persentase pengunjung yang berkunjung sebanyak 10-20 kali sebesar 26,67%, Dapat ditarik kesimpulan bahwa frekuensi berkunjung terbanyak yaitu sebanyak 1-5 kali dengan persentase sebesar 73,33%.

Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Minat Berkunjung Ulang	,114	10	,200 [*]	,976	10	,941

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan tabel IV.3.dengan Kolmogorov-Smirnov diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan data yang diuji berdistribusi normal dan dapat dilanjut ke tahap uji multikolinearitas

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,545	,272		2,008	,091
Comfort (X1)	-,220	,046	-,231	-4,816	,003
Educational (X2)	,338	,052	,345	6,457	,001
Beauty X3)	,705	,051	,713	13,840	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Berdasarkan pada table IV.4 diketahui besarnya variable Inflation Factor VIF kurang dari 10 dan nilai tolerace lebih besar dari 10, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,545	,272		2,008	,091

Comfort (X1)	-,220	,046	-,231	-4,816	,003
Educational (X2)	,338	,052	,345	6,457	,001
Beauty (X3)	,705	,051	,713	13,840	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Berdasarkan tabel IV.5. hasil olah data, diketahui bahwa konstanta sebesar 2,202 koefisien regresi pada variabel *Comfort*(X1) sebesar 0,175, *Educational* (X2) sebesar 0,713, *Beauty* (X3) sebesar -0,434. Berdasarkan tabel maka persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0,545 \pm 0,220 X_1 + 0,338 X_2 + 0,705 X_3$$

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,582	3	2,527	155,076	,000 ^b
	Residual	,098	6	,016		
	Total	7,680	9			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

b. Predictors: (Constant), Comfort (X1), Education (X2), Beauty (X3)

Berdasarkan tabel IV.6. Terlihat bahwa nilai signifikansi F adalah $0,000 < \alpha = 0,05$. Artinya H_0 diterima, dengan kata lain bahwa variabel independen (*Comfort*, *Educational*, *Beauty*) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Minat Berkunjung Ulang).

UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,545	,272		2,008	,091
	Comfort (X1)	-,220	,046	-,231	-4,816	,003
	Educational (X2)	,338	,052	,345	6,457	,001
	Beauty (X3)	,705	,051	,713	13,840	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan ataupunolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

- Hipotesis H_0 : = 0, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *comfort* terhadap *revisit intention* di Pantai Paris Tigras.
Hipotesis H_1 : = 0, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *comfort* terhadap *revisit intention* di Pantai Paris Tigras.
- Hipotesis H_0 : = 0, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Educational* terhadap *revisit intention* di Pantai Paris Tigras.
- Hipotesis H_1 : = 0, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Educational* terhadap *revisit intention* di Pantai Paris Tigras.
- Hipotesis H_0 : = 0, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *beauty* terhadap *revisit intention* di Pantai Paris Tigras.
Hipotesis H_1 : = 0, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *beauty* terhadap *revisit intention* di Pantai Paris Tigras.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen Uji koefisien determinasi diuji menggunakan *IBM SPSS 2.0 for Windows*. Hasil uji determinasi adalah sebagai berikut :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,994 ^a	,987	,981	,12766

a. Predictors: (Constant), Comfort (X1), Education (X2), Beauty (X3)

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Berdasarkan tabel IV.8. Diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,987, atau (98,7%). Hal ini berarti persentase kemampuan variabel bebas (*Comfort, Educational, Beauty*) menjelaskan variabel terikat (minat berkunjung ulang) adalah sebesar 98,7% sedangkan sisanya 1,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Dari hasil perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa variabel-variabel pembentuk customer experience (*Comfort, Educational, Beauty*) mampu menjelaskan 98,7% mengenai minat berkunjung ulang di Pantai Paris Tigaras Sedangkan sisanya 1,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dari analisis data yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya. Bagian pertama akan menjelaskan secara ringkas kesimpulan hipotesisi. Pada bagian berikutnya akan dijelaskan tentang implikasi penelitian dan keterbatasan penelitian

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji F, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu *Comfort, Educational, beauty* secara bersamaan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berkunjung ulang pengunjung.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (*Comfort, Educational, Beauty*) memberikan pengaruh yang positif, parsial dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.
3. Koefisien Determinasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 98,7% variasi dalam minat berkunjung ulang dijelaskan oleh variabel-variabel pembentuk customer experience (*Comfort, Educational, Beauty*). Sedangkan 1,3% variasi dalam minat berkunjung ulang dijelaskan oleh variasi dalam variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran yang kiranya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan peningkatan minat berkunjung ulang Pantai Paris Tigaras. Adapun saran-saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada pihak Pantai Paris Tigaras mengembangkan sarana dan akses untuk meningkatkan minat berkunjung ulang, dan sebaiknya pihak Pantai Paris Tigaras lebih meningkatkan kualitas wisatanya.
2. Peneliti yang akan meneliti tentang minat berkunjung ulang sebaiknya memasukkan variabel lain diluar *customer experience*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia Widya kurniawati, Hadi Sumarsono, Umi Farida. Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Loyalitas konsumen Wardah Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Ponegoro. Jurnal Ekonomi, Vol.2, No.1, Diakses Pada April 2018, pp.85-92.
- Lia Gustina, Yasri Yasri, Yunita Engriani. 2019. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Kinjung Ulang Wisatawan Pada Objek Wisata Air Manis Di Kota Padang. Jurnal Praktik Bisnis, Vol.8, No.1, Diakses Pada Mei 2019.
- Sugiyono, 2019, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfabeta
- Wiratna Sujarweni, 2018, Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi pendekatan Kuantitatif . Yogyakarta : Pustaka Baru.
- google.scholar. <https://google.scholar.com/Pola/Pemamanfaatan/Lokasi/Wisata/Alam/Untuk/Kehidupan/social/Ekonomi/Masyarakat/Desa/Tigaras/Kecamatan/Dolok/Pardamean/Kabupaten/Simalungun>.