

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin pesat membuat perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif agar tetap eksis dalam bisnis. Ada banyak cara yang dapat diterapkan untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menciptakan keunggulan bersaing tersebut adalah dengan menggunakan teknik pemasaran modern dengan bantuan teknologi internet yaitu informasi dan komunikasi yang dianggap paling sering digunakan organisasi untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa layanan perusahaan serta mempermudah proses transaksi dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan konsumen.

Bisnis dalam industri pariwisata akan semakin berkembang jika didukung dengan sistem pemesanan tiket menggunakan media internet yang dilakukan secara online. Pemesanan tiket secara online memberikan banyak kemudahan bagi konsumen dalam banyak hal seperti kemudahan pencarian informasi jadwal perjalanan dan harga tiket. Selain itu, konsumen dapat memesan tiket kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang ke tempat wisata. Beberapa hal tersebut adalah manfaat positif dari penggunaan teknologi informasi. Pemesanan tiket secara online memberikan kemudahan bagi konsumen dalam banyak hal seperti kemudahan pencarian informasi jadwal perjalanan dan harga tiket.

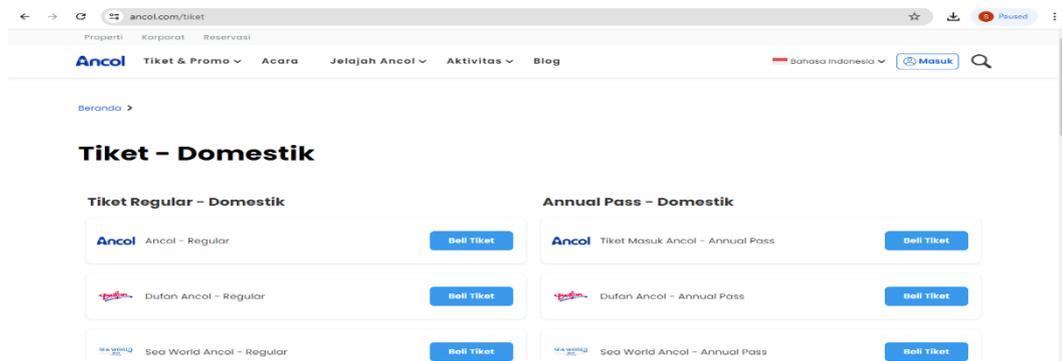
Banyak hal yang harus diperhatikan dalam mengembangkan suatu objek wisata, yaitu dengan memberikan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon pengunjung yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan, seperti kualitas *e-ticketing*, harga dan *attraction*. Kualitas *e-ticketing*, harga dan *attraction* yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik bagi konsumen.

Salah satu destinasi wisata di Indonesia adalah Dunia Fantasi, yang berada di Taman Impian Jaya Ancol. Pengunjung yang datang tidak hanya berasal dari

dalam negeri, tetapi juga wisatawan internasional. Pengunjung Dunia Fantasi terdiri dari berbagai kalangan dan usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen di Dunia Fantasi, diperlukan kualitas *e-ticketing*, harga dan *attraction*. *E-ticketing* yang mudah dijangkau dengan pembelian online dapat meningkatkan kepuasan konsumen. *Attraction* yang menarik dapat meningkatkan antusias dan kepuasan konsumen, seperti halnya atraksi wahana yang menantang. Selain itu, harga yang terjangkau dapat menarik konsumen untuk berdestinasi.

E-ticketing merupakan aplikasi *website* yang digunakan untuk memperlihatkan aktivitas pelanggan secara elektronis tanpa mengeluarkan dokumen fisik. Perusahaan yang memiliki fitur *e-ticketing* akan mempermudah pendataan informasi tiket yang dapat dikirimkan ke perusahaan terikat secara langsung, mengurangi biaya percetakan tiket dan kecurangan duplikasi tiket. Bagi konsumen dapat melihat informasi yang sudah dicantumkan secara fleksibel, kenyamanan tanpa mengkhawatirkan hilangnya tiket fisik, menghemat waktu tanpa mencetak tiket fisik. *E-ticketing* dapat digunakan apabila terhubung oleh internet (Elvina Rosalinda dan Sofiani, 2022).

Dalam hal ini, kualitas *e-ticketing* adalah kemudahan situs *web* memberikan layanan untuk pemesanan tiket agar dapat memberikan kemudahan transaksi konsumen. Selain itu, situs *web* harus menawarkan fitur tambahan yang memperkaya pengalaman pengguna seperti pencarian tiket yang efisien, filter untuk menemukan tiket sesuai preferensi dan konfirmasi instan setelah pembelian. Metode pembayaran yang aman dan cepat sangat penting, memastikan pengguna dapat menyelesaikan transaksi dengan mudah tanpa khawatir tentang keamanan data mereka. Dukungan pelanggan yang responsif dan informasi bantuan yang tersedia secara online merupakan komponen penting dari kualitas *e-ticketing* yang baik. Semua elemen ini berkontribusi untuk memberikan pengalaman pemesanan tiket yang lancar, efisien dan memuaskan bagi pengguna.



*Gambar 1. 1 Pembelian E-Ticketing
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2023)*

Pada gambar 1.1 bahwa pembelian *E-Ticketing* yang disediakan oleh perusahaan dapat diakses melalui situs web resmi di www.ancol.com. Dengan platform ini Dunia Fantasi memudahkan konsumen untuk membeli tiket secara online sehingga konsumen tidak perlu mengantri kelokasi. Selain tiket masuk, layanan ini meliputi pembelian tiket untuk berbagai wahana yang tersedia ditaman hiburan tersebut.

Aspek lainnya yang dipertimbangkan dalam memenuhi kepuasan konsumen pada saat melakukan pembelian yaitu harga. Harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan atau penyedia jasa yang dimana harga merupakan alat tukar, dan dimana dengan adanya harga maka perusahaan penyedia jasa akan mendapatkan keuntungan dari penjualan barang ataupun jasa khususnya pada produk di Dunia Fantasi. Harga yang di tawarkan di Dunia Fantasi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dikarenakan harga merupakan hal yang cukup sensitif bagi beberapa wisatawan. Mahal atau tidaknya harga tiket yang di tawarkan dapat di nilai sendiri oleh para wisatawan. Dikarenakan kebutuhan wisatawan yang berbeda namun kebanyakan wisatawan akan lebih tertarik dengan harga yang relatif murah. Harga sangat penting bagi bisnis karena harga yang terjangkau akan menarik konsumen untuk membeli. Menurut (Mariansyah dan Syarif, 2020) harga adalah jumlah yang harus ditukar untuk mendapat produk maupun jasa dan dapat merasakan manfaatnya. Menurut (Halim dan Iskandar, 2019) yang menyatakan bahwa harga adalah uang yang harus dibayar konsumen agar dapat memiliki barang yang memberi nilai tertentu. Untuk menentukan harga

para pelaku ekonomi dan dunia usaha perlu mengetahui kelompok sasaran mana yang akan di sasar. Menurut Agita dan Meliana, (2022) Nilai yang dibayarkan konsumen berbanding lurus dengan manfaat dan kualitas yang diberikan produk yang bertujuan untuk mencapai kepuasan konsumen dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Berikut daftar harga yang ditawarkan Dunia Fantasi:

Tabel 1. 1 Harga Tiket Reguler Dunia Fantasi Tahun 2019-2022

No	Tahun	Harga	
		Weekday	Weekend
1	2019	Rp 145.000,-	Rp 195.000,-
2	2020	Rp 125.000,-	Rp 175.000,-
3	2021	Rp 125.000,-	Rp 175.000,-
4	2022	Rp 185.000,-	Rp 250.000,-

Sumber: www.tirto.id (2023)

Dapat dilihat dari tabel 1.1 diatas, bahwa pada tahun 2019-2022 terjadi fluktuasi harga dalam penjualan tiket reguler Dunia Fantasi. Perbandingan harga tiket reguler dari tahun 2019 – 2020 terjadinya penurunan, hal ini disebabkan oleh promosi besar-besaran yang dilakukan perusahaan dimasa pandemi Covid-19. Pada tahun 2021 harga tiket masih sama dengan tahun sebelumnya yakni tahun 2020. Kemudian harga tiket pada tahun 2022 mengalami kenaikan karena pada tahun tersebut kondisi Indonesia mulai membaik dari wabah Covid-19. Terjadinya fluktuasi harga ini sebagai salah satu strategi dari Dunia Fantasi untuk menciptakan minat berkunjung. Selain itu peningkatan harga tentunya menyesuaikan daya beli masyarakat yang mulai stabil. Dunia Fantasi menyediakan promo atau diskon lebih banyak sehingga masyarakat melakukan transaksi pembelian. Dapat diperkirakan harga yang murah turut menjadi faktor kepuasan bagi konsumen dan mempengaruhi tingkat kunjungan konsumen.

Tabel 1. 2 Jumlah kunjungan Daya Tarik Wisata Ancol

Tahun	Dunia Fantasi	Ocean Dream Samudra	Atlantis Water Adventur	Sea Word Ancol
2019	2.487.371	1.197.165	972.881	1.163.687
2020	685.837	284.358	163.049	275.266
2021	600.643	250.695	6.170	245.467

2022	1.938.217	995.203	253.067	984.618
Jumlah	5.721.068	2.727.421	1.395.167	2.669.038

Sumber: Respository.upi.edu (2023)

Pada tabel 1.2, bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan kunjungan wisatawan di Dunia Fantasi mengalami penurunan. Jumlah wisatawan Dunia Fantasi mengalami penurunan yang sangat drastis dan cukup signifikan pada tahun 2020 – 2021. Jika dibandingkan dengan tahun 2019 sebelum pandemi kunjungan Dunia Fantasi sangat tinggi dan tahun 2022 jumlah wisatawan mengalami peningkatan yang sangat besar. Pada tahun 2020-2021, jumlah pengunjung ke Dunia Fantasi masih didominasi oleh wisatawan lokal dari wilayah yang dekat dengan Jakarta Utara, hal ini disebabkan karena adanya pandemi Covid-19 yang terus meningkat di Indonesia. Namun, dengan strategi pemasaran yang efektif, Dunia Fantasi telah berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Strategi ini memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang destinasi potensial yang tersedia dengan memasarkan secara konsisten dan fokus pada hal-hal yang menarik perhatian konsumen.

Attraction merupakan faktor penentu alasan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata dan menentukan pertumbuhan industri pariwisata. Karena *Attraction* wisata berhubungan langsung dengan wisatawan, kepuasan konsumen harus menjadi prioritas utama untuk keberlangsungan tempat wisata. Menurut (Apriadi dan Junaid, 2022) *Attraction* atau daya tarik wisata tidak lepas dari konsep apa yang dilihat, dilakukan dan dibeli pada suatu destinasi wisata. Menurut (Puspasari dan Bisnis, 2018) daya tarik pengunjung adalah keinginan yang timbul dari loyalitas pengunjung terhadap sebuah destinasi wisata yang memiliki keunikan. Dunia Fantasi menawarkan banyak daya tarik yang meningkatkan kesenangan dan kepuasan tersendiri bagi masyarakat yang mencobanya.

Kepuasan konsumen adalah penilaian pada kualitas prroduk atau jasa setelah mengonsumsinya, kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan secara keseluruhan yang berupa reaksi terhadap keputusan dan ketidakpuasan terhadap produk dan jasa yang dikonsumsi. Menurut (Apriadi dan Junaid, 2022) bahwa kepuasan konsumen merupakan ukuran dari keseluruhan pendapat

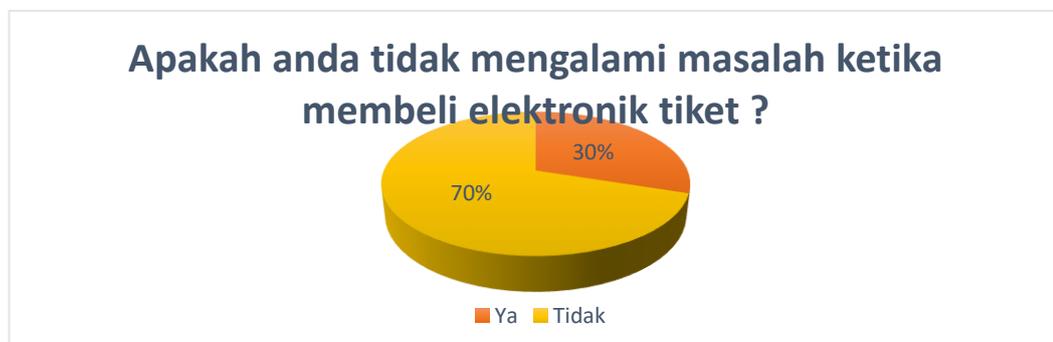
konsumen. Menurut (Sunaryo dan Meliana, (2022) Kepuasan konsumen sangat penting jika jumlah konsumen yang lebih besar meningkat kemungkinan pendapatan dan penilaian positif. Sedangkan menurut (Herlambang et al. 2023) Kepuasan konsumen merupakan aspek penting bagi perusahaan. Ketika konsumen merasa puas, hal ini memberikan manfaat bagi perusahaan atau institusi. Dengan berupaya memenuhi kepuasan konsumen, mereka cenderung akan membeli kembali barang atau jasa yang dijual oleh Perusahaan.

Dan di bawah ini merupakan kuesioner yang diberikan kepada 30 responden di Jakarta Utara, penulis telah mengelola data tersebut sebagai berikut:



*Gambar 1. 2 Hasil Pra Survei Pertanyaan Kesatu
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2023)*

Berdasarkan gambar 1.2, penulis memperoleh jawaban dari pra-survei bahwa yang pernah membeli *E-Ticketing* dan menikmati wahana Dunia Fantasi yang menjawab “Ya” sebanyak 30 orang (100%), sedangkan yang menjawab “Tidak” sebanyak 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa hasil pra-survei telah memiliki pengalaman menggunakan layanan *E-Ticketing* untuk menikmati wahana di Dunia Fantasi.



*Gambar 1. 3 Hasil Pra Survei Pertanyaan Kedua
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2023)*

Berdasarkan gambar 1.3 hasil yang diperoleh penulis dari hasil pra-survei maka yang menjawab “Ya” sebanyak 9 orang (30%) bahwa tidak mengalami masalah ketika membeli elektronik tiket, sedangkan yang menjawab “tidak” sebanyak 21 orang (70%) yang mengalami masalah ketika membeli elektronik tiket. Masalah tersebut seperti sistem web yang sering error, konsumen yang tidak tahu cara membeli tiket online dan konsumen yang tidak tahu link pembelian *e-ticket*.



*Gambar 1. 4 Hasil Pra Survei Pertanyaan Ketiga
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2023)*

Berdasarkan gambar 1.4 hasil yang diperoleh penulis dari pra-survei maka yang menjawab “Ya” sebanyak 21 orang (70%) harga yang ditawarkan Dunia Fantasi sesuai dengan kualitas layanan, sedangkan yang “tidak” sebanyak 10 Orang (30%) yang tidak mengalami masalah ketika membeli *E-Ticketing*. Berdasarkan data di atas mencerminkan pandangan pengguna mengenai hubungan antara harga yang mereka bayar dan kualitas layanan yang mereka dapatkan di Dunia Fantasi. Oleh karena itu, evaluasi ini memberikan wawasan yang berharga bagi Dunia Fantasi untuk mempertimbangkan penyesuaian harga atau meningkatkan nilai layanan mereka agar dapat memenuhi harapan konsumen dengan lebih baik.



*Gambar 1. 5 Hasil Pra Survei Pertanyaan Keempat
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2023)*

Berdasarkan gambar 1.5 hasil yang diperoleh penulis dari hasil pra-survei maka yang menjawab “Ya” sebanyak 22 orang *Attraction* Dunia Fantasi menarik (73,3%), sedangkan yang menjawab “tidak” sebanyak 8 orang (26,3%) *Attraction* Dunia Fantasi tidak menarik. Berdasarkan data diatas bawa pandangan dari para responden mengenai *Attraction* atau daya tarik yang tersedia di Dunia Fantasi. Dengan demikian, informasi ini memberikan sudut pandang yang berharga bagi Dunia Fantasi untuk terus meningkatkan dan mengembangkan berbagai *Attraction* atau daya tarik guna memperbaiki pengalaman pengunjung di tempat wisata tersebut.



*Gambar 1. 6 Hasil Pra Survei Pertanyaan Kelima
Sumber: Hasil Olahan Penulis (2023)*

Berdasarkan gambar 1.6 hasil yang diperoleh penulis dari hasil pra-survei maka yang menjawab “Ya” sebanyak 19 orang (63,3%) puas setelah menikmati wahana Dunia Fantasi, sedangkan yang menjawab “tidak” sebanyak 11 orang (36,7%) yang tidak puas setelah menikmati wahana Dunia Fantasi. Berdasarkan

data di atas bahwa penilaian pengunjung terhadap pengalaman di Dunia Fantasi setelah menikmati berbagai wahana yang tersedia. Evaluasi ini memberikan informasi bagi Dunia Fantasi untuk memahami keunggulan serta area yang perlu diperbaiki dalam layanan, dengan tujuan meningkatkan kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

Berdasarkan latar belakang yang tertulis, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas *E-Ticketing*, Harga Dan *Attraction* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Dunia Fantasi Jakarta Utara”**.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas *E-Ticketing* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara?
3. Apakah *Attraction* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara?
4. Apakah Kualitas *E-Ticketing*, Harga dan *Attraction* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara?

1.2 Batasan Masalah

Untuk mengarahkan penelitian peneliti membatasi bidang yang akan diteliti tanpa mengubah tujuan penelitian. Maka, batasan masalah yang diteliti sebagai berikut:

1. Hanya membatasi variabel Kualitas *E-Ticketing*, Harga dan *Attraction* terhadap Kepuasan Konsumen
2. Objek penelitian hanya Dunia Fantasi
3. Lokasi penelitian hanya di kota Jakarta Utara
4. Penelitian Dilakukan 1 Januari 2024 – 10 Juni 2024

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *E-Ticketing* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara
2. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara
3. Untuk mengetahui apakah *Attraction* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara
4. Untuk mengetahui *E-Ticketing*, Harga dan *Attraction* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademik

a. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan bisa jadi bahan rekomendasi untuk peningkatan kepuasan konsumen dengan fasilitas yang disediakan di dunia fantasi dan bisa untuk bahan rekomendasi evaluasi bagi Perusahaan terkait *E Ticketing*, Harga dan *Attraction* terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian dapat menjadi sumber literatur bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian terkait Kualitas *E-ticketing*, Harga dan *Attraction* terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara.

1.4.2 Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya di bidang Kualitas *E-Ticketing*, Harga dan *Attraction*. Menjadi dasar untuk ekspolarasi lebih lanjut terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan dan pengetahuan terkait Kualitas *E-Ticketing*, Harga dan *Attraction* terhadap Kepuasan Konsumen di Dunia Fantasi Jakarta Utara.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk laporan ini dapat lebih mudah untuk dipahami, maka laporan ini dibagi menjadi beberapa sub bab sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi tentang, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat teoritis (manfaat peneliti dan manfaat pembaca) dan sistematika penulisan.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Dalam kajian Pustaka berisi tentang teori manajemen sebagai dasar teori, fungsi manajemen, pemasaran, bauran pemasaran, digital marketing, perilaku konsumen, Kualitas *E-Ticketing*, Harga, *Attraction*, Kepuasan Konsumen dan penelitian terdahulu.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, berisi metode penelitian yang digunakan meliputi, model konseptual penelitian, penelitian kuantitatif, variabel penelitian, operasional variabel, hubungan antar variabel dan hipotesis, unit analisis, tempat dan waktu penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, pre test, uji asumsi klasik, main test dan uji hipotesis.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, berisi analisis pre test, uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, main test, uji regresi linear berganda, uji korelasi parsial, uji korelasi berganda (R), koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi simpulan, keterbatasan hasil penelitian, saran manajerial dan saran bagi penelitian.