

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam yang terdiri dari lautan, matahari, pantai, dan daratan jika dikelola dengan benar dapat memberikan keuntungan besar bagi negara. Salah satu pelayanannya adalah dengan mengelola daerah tersebut menjadi tempat sarana destinasi wisata. Indonesia memiliki pariwisata yang berperan penting dalam sektor ekonomi. Berdasarkan catatan Kementerian Pariwisata Indonesia dalam lima tahun terakhir pada tahun 2011-2015 peringkat devisa pariwisata selalu mendapatkan peningkatan terhadap komoditas ekspor menempati urutan lima besar. Berikut data yang dimiliki:

**Tabel I. 1**

***Ranking Devisa terhadap 11 Ekspor Barang Terbesar 2011-2015***

<i>Rank</i>	Tahun	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)
5	2011	Pariwisata	8,554.39
5	2012	Pariwisata	9,120.85
4	2013	Pariwisata	10,054.15
4	2014	Pariwisata	11,166.13
4	2015	Pariwisata	12,225.89

Sumber: [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id) (2019)

Tingkat kunjungan wisatawan ke Indonesia dari tahun ke tahun cenderung terus meningkat. Ini membuktikan bahwa sektor pariwisata merupakan industri yang digerakan oleh pasar, sehingga begitu banyak peluang untuk memasarkan produk wisata yang ada di Indonesia. Selain itu Indonesia telah memiliki peningkatan pada sektor pariwisata setiap tahunnya dengan bertambahnya jumlah kedatangan turis asing (baik turis maupun pebisnis asing) dikombinasikan dengan pertumbuhan PDB, penerimaan devisa, penyerapan tenaga kerja, indeks daya saing dan pertumbuhan investasi. Berikut data yang diberikan oleh Indonesia *Investments*

**Tabel I. 2**

**Kondisi Industri Pariwisata Indonesia tahun 2016-2019**

<b>Keterangan</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Kontribusi terhadap PDB (%)	11	13	14	15
Penerima Devisa (Rp trillion)	172.8	182.0	223.0	275.0
Penyerapan Tenaga Kerja (juta orang)	11.7	12.4	12.7	13.0
Indeks Daya Saing (WEF)	n.a.	40	n.a.	30
Kunjungan Wisman (juta)	12	15	17	20
Perjalanan Wisnus (juta)	260	265	270	275

Sumber: [www.indonesia-investments.com](http://www.indonesia-investments.com) (2019)

Indonesia memiliki teritorial yang luas dari Sabang-Merauke, wilayah tersebut sangat berpotensi menjadi destinasi wisata. Pulau Jawa merupakan pusat pemerintahan Indonesia salah satunya adalah Provinsi Jawa Barat. Pariwisata di Jawa Barat sangat beragam terdiri dari gunung, pantai, atraksi wisata seni dan budaya, wisata sejarah, hingga destinasi berbelanja dan kuliner tersedia. Hal tersebut menjadi daya tarik wisatawan mancanegara dan nusantara untuk

berkunjung. Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat, sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut, Bandung memiliki julukan Kota kembang karena pada zaman dulu kota ini dinilai sangat cantik dengan banyaknya pohon-pohon dan bunga-bunga yang tumbuh di sana. Bandung disebut juga dengan *Paris Van Java* dan *City of Heritage* karena keindahannya diibaratkan dengan Parisnya pulau Jawa. Bandung terkenal dengan kreativitasnya. Dari sekian banyak keunikan yang dimiliki Bandung salah satunya adalah kota wisata belanja mode atau *fashion tourism*, dengan mall dan *factory outlet* yang banyak tersebar di kota ini. Bandung memanfaatkan belanja sebagai salah satu andalan dalam promosi dan menarik wisata. Kota yang sempat mendapat julukan “*Paris Van Java*” itu sedang gencar mempromosikan belanja busana di *factory outlet* beberapa tahun terakhir. Bandung pernah mendapatkan penghargaan “*Tourism Award 2011*, yaitu *The most Favorite City* dan *The best Service Quality City*” bandungtourism (2015). Kota Bandung itu sendiri juga telah menentukan titik *central* untuk wisata belanja. Sudah sejak lama kota Bandung memang dikenal sebagai barometer *fashion* di Indonesia [www.disbudpar.bandung.go.id](http://www.disbudpar.bandung.go.id) (2019).

Wisata belanja merupakan bagian dari kegiatan pariwisata mode atau *fashion tourism* yang dilakukan sebagian orang dalam melakukan perjalanan wisata. Belanja adalah kegiatan yang menyenangkan, dilakukan seseorang atau sekelompok orang secara sukarela tanpa adanya paksaan untuk membeli sesuatu yang dibutuhkan Nisa dan Haryanto (2014:935). Wisata belanja disebut sebagai kegiatan wisata yang memanfaatkan kawasan komersial perdagangan retail

sebagai tempat rekreasi untuk tujuan berkunjung dan beraktivitas berbelanja untuk kebutuhan berwisata.

Perkembangan *fashion* di Bandung menjadi bukti nyata eksistensi kota Bandung sebagai kota mode atau *fashion* dengan perkembangan *factory outlet* (FO) dan distro. Pada pertengahan 1990 sampai dengan saat ini trend *factory outlet* dan distro menjadikan identitas Bandung sebagai kiblat utama di bidang *fashion* Armelia, (2015:2). Hal tersebut juga membuktikan bahwa *fashion* merupakan salah satu sektor yang dikembangkan oleh Bandung seperti yang dijelaskan dalam tabel berikut ini:

**Tabel I. 3**

**Prioritas Pengembangan Industri Unggulan**

No	Prioritas Pengembangan Industri Unggulan
1	Industri Fashion
2	Industri Alas Kaki
3	Industri Suku Cadang
4	Industri Telematika
5	Industri Makanan dan Minuman
6	Industri Kreatif

Sumber: [disdagin.bandung.go.id](http://disdagin.bandung.go.id). (2019)

Berikut adalah hasil observasi peneliti pada tanggal 24 Maret 2019 sampai 25 Maret 2019 saat mengunjungi *factory outlet* di Bandung, praktikan melakukan observasi selama dua hari dengan mengunjungi beberapa *factory outlet* yang terkenal dan yang masih buka hingga saat ini. *Factory outlet* Bandung rata-rata pada hari Senin sampai Kamis mulai buka pada jam 09:00 hingga pukul 21:00 sedangkan pada hari Jumat, Sabtu, Minggu, dan hari libur buka pada jam 09:00 hingga 22:00. *Factory outlet* menjual berbagai macam tas, sepatu, topi, dan

pakaian pria, wanita, dan anak-anak, beberapa *factory outlet* juga menyediakan *food court*, tempat oleh-oleh khas Bandung, dan spa. Hal yang paling menarik dan unik menurut peneliti yaitu rata-rata *factory outlet* yang dikunjungi menjual batik dan kerajinan khas Indonesia. Maka dengan cara itu *factory outlet* membantu melestarikan budaya asli Indonesia. Kemudian peneliti telah mengunjungi 20 *factory outlet* tersebut yang terdiri dari:

**Tabel I. 4**

**Daftar *factory outlet* yang telah di kunjungi**

No	Nama	Alamat
1	Rumah Mode	Jl. DR. Setiabudi No.41, Pasteur, Sukajadi.
2	<i>Heritage The Factory Outlet</i>	Jl. R.E. Martadinata No.63, Citarum, Bandung Wetan.
3	<i>Cascade Fashion House and Home Living</i>	Jl. R.E. Martadinata No.65, Citarum, Bandung Wetan.
4	<i>The Outfit Store</i>	Jl. R.E. Martadinata No.61, Citarum, Bandung Wetan.
5	<i>Passion Factory Outlet</i>	Jl. R.E. Martadinata No.36, Citarum, Bandung Wetan.
6	Terminal Tas	Tamansari, Jl. R.E. Martadinata No.32, Citarum, Bandung Wetan.
7	<i>The Crown Premium Outlets</i>	Jl. R.E. Martadinata No.51, Citarum, Bandung Wetan.
8	<i>The Secret Factory Outlet</i>	Jl. R.E. Martadinata No.47, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
9	<i>Calamus Factory Outlet</i>	Jl. R.E. Martadinata No.81, Cihapit, Bandung Wetan.
10	ALLO	Jl. Ir. H.Djuanda No.57, Tamansari, Bandung Wetan.
11	Kartikasari <i>Factory Outlet</i>	Jl. H. Akbar No.4, Pasir Kaliki, Cicendo.
12	<i>Morning Dew Factory Outlet</i>	Jl. Ir. H.Djuanda No.81, Lebakgede, Coblong.
13	<i>Hypestore 3</i>	Jl. Ir.H.Juanda No. 116 , Lebakgede, Coblong.
14	<i>House Of Donatello</i>	Jl. Ir. H.Djuanda No.104, Lebakgede, Coblong.
15	<i>Blossom</i>	Jl. Ir. H.Djuanda No.112, Lebakgede, Coblong.
16	<i>Episode</i>	Jl. Ir. H.Djuanda No.125, Lebakgede, Coblong.
17	<i>Seximo Boutique Couture</i>	Jl. Ir. H.Djuanda No.106, Lebakgede, Coblong.

18	<i>Merdeka Arcade Factory Outlet</i>	Jl. Merdeka No.35, Babakan Ciamis, Sumur Bandung.
19	<i>EST Factory Outlet</i>	Jl. Sumatera No.22, Kb. Pisang, Sumur Bandung.
20	<i>Cargo Factory Outlet</i>	Jl. Diponegoro No.30, Citarum, Bandung Wetan.

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2019)

Berdasarkan hasil observasi awal tersebut peneliti telah memilih tiga *factory outlet* yang akan dijadikan tempat penyebaran kuesioner berdasarkan *factory outlet* yang cukup ramai pengunjungnya, yaitu:

#### 1. Rumah Mode.

Rumah Mode memiliki tempat yang besar dan nyaman, serta koleksi barangnya yang beragam baik itu untuk pria, wanita, dan anak-anak. Bila dilihat dari luar, bangunan rumah mode memiliki perpaduan arsitektur tradisional, arsitektur Bali, dan arsitektur modern. Rumah mode yang berkonsep '*One Stop Shopping*' ini beralamat di Jalan Dr. Setiabudi Nomor 41, Bandung. Rumah mode buka pada hari Senin-Jumat pada pukul 09.30 WIB hingga 20.30 WIB, sedangkan pada akhir pekan yaitu pada hari Sabtu dan Minggu rumah mode buka pada pukul 08.30 WIB hingga 21.30 WIB.



**Gambar I. 1**  
***Survey Rumah Mode***

Sumber: Hasil Observasi Oleh Peneliti (24/03/2019)

## 2. *Heritage The Factory Outlet.*

Berdiri dan dibuka untuk masyarakat umum sejak tanggal 2 Desember 2000, selain menjadi pelopor FO di kota Bandung, Heritage juga sangat dikenal sebagai penguasa pasar dalam usaha *factory outlet* di Bandung. Heritage Factory outlet menyediakan aneka produk yang beragam produk fashion dalam dan luar negeri, aksesoris penunjang fashion aneka produk kerajinan tangan, home living, oleh-oleh khas Bandung. Jam operasional adalah setiap hari, mulai Senin hingga Minggu, mulai pukul 09.00-21.00 WIB



**Gambar I. 2**

### ***Survey Heritage***

Sumber: Hasil Observasi Oleh Peneliti (25/03/2019)

## 3. *Cascade Fashion House and Home Living.*

Masih di jalan RE Martadinata, Cascade Fashion House and Home Living bisa jadi pilihan kamu dalam berburu barang fashion terkini. Pilihan yang cukup lengkap membuat *factory outlet* ini selalu ramai dikunjungi wisatawan. Jam

operasional adalah setiap hari, mulai Senin hingga Minggu, mulai pukul 09.00-21.00 WIB



**Gambar I. 3**  
**Survey Cascade**

Sumber: Hasil Observasi Oleh Peneliti (25/03/2019)

Untuk mengetahui penelitian terdahulu mengenai wisata belanja *fashion factory outlet* di Bandung, maka peneliti melakukan *review* terhadap sejumlah jurnal. Peneliti memasukan jurnal tersebut ke dalam sebuah tabel yang berisi judul jurnal, tahun jurnal, nama peneliti dan variabel yang diteliti untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi variabel. Terangkum dalam tabel berikut:

**Tabel I. 5**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian
1.	Sendy (2013:2)	Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian ke <i>Factory Outlet</i> di Kota Bandung (Studi kasus pada <i>Heritage Factory Outlet</i> )	Diferensiasi Produk, Harga, Keputusan Pembelian
2.	Octavia et al (2016:184)	Analisa Motivasi Wisata Belanja pada <i>Factory Outlet</i> di Kota Bandung	Segmentasi, Motivasi, <i>Shopping Motives</i>
3.	Damara et al (2017:47)	Perilaku Pencarian Informasi Pariwisata para Wisatawan Domestik di Rumah Mode	<i>Information Seeking Behavior, Tourism, Rumah Mode</i>



4.	Fatihana (2014:2)	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impluse Buying</i> (Survei Terhadap Konsumen Rumah Mode <i>Factory Outlet</i> Bandung)	<i>Shopping Lifestyle, Impulse buying</i>
5.	Girsang dan Widodo (2014:2)	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Product Assortment</i> terhadap Minat Beli pada <i>The Secret Factory Outlet</i> Bandung	<i>Store Atmosphere, Product Assortment</i> dan Minat Beli.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

Berdasarkan tabel di atas peneliti mendapatkan informasi penelitian perihal *factory outlet* Bandung namun belum adanya penelitian mengenai Wisata Belanja *fashion factory outlet* di Bandung dengan variabel yaitu citra destinasi, kualitas produk, dan suasana toko sebagai variabel bebas. Kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* dan Niat Berkunjung Kembali sebagai variabel terikat. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Kembali *Factory Outlet* Bandung”

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali?
5. Apakah citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali?
6. Apakah suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan:

1. Citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2. kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
3. Suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
4. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali
5. Citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali
6. Suasana toko berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.4.1 Teoretik**

Hasil penelitian ini secara teoretik diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan secara akademis kepada mahasiswa dan dosen serta para pelaku usaha *factory outlet* Bandung. Penelitian ini juga di harapkan bisa memberikan gambaran teoretik hubungan pengaruh citra destinasi, kualitas produk, suasana toko, kepuasan konsumen, niat berkunjung kembali di *factory outlet* Bandung dan sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya.

### **1.4.2 Praktis**

Secara praktis hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak terkait dalam penyusunan strategi pemasaran, khususnya bagi pelaku usaha yang ada di *factory outlet* Bandung dalam upaya menarik para wisatawan untuk berbelanja.