

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Sartika Dani, 2020) yang menjelaskan terkait dengan perilaku atau aktivitas. Aktivitas dalam hal ini diartikan sebagai suatu hal yang luas yang dapat dijelaskan sebagai suatu perilaku yang dapat terlihat secara jelas dan juga sebaliknya (Ajzen, 2002). menurut UNWTO (dalam Ervina, E., & Octaviany, 2019) didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan dan berdomisilinya seseorang di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama lebih dari satu hari berurutan untuk berwisata, bisnis atau tujuan lain dengan tidak untuk berkerja di tempat yang dikunjungi tersebut. Pengertian di atas kemudian semakin berkembang, karena luasnya kajian dan keterkaitan kegiatan manusia dalam bisnis kepariwisataan. Kota Bandung salah satu destinasi wisata yang banyak digemari wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara memiliki sumber daya pariwisata yang populer (Ervina, E., & Octaviany, 2019). Kualitas produk pariwisata menjadi salah satu referensi bagi wisatawan dalam memilih destinasi wisata yang akan dituju yang kemudian dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung (Oktaviani, 2016).

Menurut (Silalahi, et al 2023) analisis mengenai tingkah laku tamu merupakan aspek yang esensial dan fundamental bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan tamu dan meningkatkan kualitas sebuah produk dan jasa yang ditawarkan. Saat ini banyak sekali spa yang secara aktif mempromosikan sebuah produk dan jasa seperti bekerja secara ekstensif dalam pengembangan lebih lanjut. Industri kesehatan dengan menghadirkan spa khusus termasuk spa ramah lingkungan, spa mewah, spa romantis, spa yang memanjakan, dan lainnya. Terapi pijat berdampak pada industri pariwisata karena masyarakat ingin bepergian juga untuk kepentingan medis dan kesehatan mereka. Mereka

biasanya mengunjungi suatu tempat yang dijaga kesehatannya sekaligus menikmati treatment di tempat tersebut (Mulyanti, 2021). Manfaat ekonomi juga menambah dampak terapi pesan karena mereka akan membayar pajak kepada pemerintah dan dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut.

Menurut data dari (Universitas Pasundan,2020), Kota Bandung memiliki luas wilayah sekitar 167,67 km² dan terletak pada ketinggian 768 meter di atas permukaan laut. Dengan populasi yang terus meningkat, pada tahun 2020, jumlah penduduk mencapai sekitar 2,6 juta jiwa. Kota ini dikenal sebagai pusat kegiatan ekonomi, pendidikan, dan pariwisata di Jawa Barat, Bandung merupakan salah satu kota wisata yang menjadikan Bandung secara perlahan menjadi sebuah kota yang ramai untuk dikunjungi dan juga memiliki penduduk yang padat. Seiring dengan perkembangan Kota Bandung, masyarakatnya pun sudah mulai mengalami perubahan gaya hidup mengikuti masyarakat kota besar salah satunya yaitu masyarakat yang melakukan terapi spa di Kota Bandung. Dengan adanya spa ini, para pelanggan dapat melakukan berbagai macam rekreasi dan juga hiburan yang mampu untuk menghilangkan rasa stres mereka. Bahkan saat ini spa dapat menjadi salah satu pilihan untuk melakukan rekreasi ataupun hiburan keluarga terutama bagi para generasi X.

Menurut (Amalia, 2018), generasi X tumbuh dengan dasar yang kukuh. Mereka adalah generasi yang mengutamakan kejujuran, dan salah satu ciri perilaku mereka adalah "realistis". Mereka lebih pragmatis dan kritis dalam membuat keputusan jika dibandingkan dengan generasi lainnya. Generasi ini memiliki kecenderungan untuk lebih mandiri, aktif mencari informasi, dan mereka berkeinginan untuk memiliki kendali dalam mengambil keputusan mereka sendiri. Gen X sendiri adalah suatu generasi yang lahir mulai dari tahun 1965 sampai 1980 yang rata rata berumur 40 - 55 tahun. Di Kota Bandung, total Generasi X per-tahun 2023 yang berusia 20 – 50 tahun berjumlah 1.322.559 jiwa menurut Bandung kota.bps. Generasi X yang berusia antara 28 hingga 34 tahun

adalah kelompok konsumen yang sangat aktif dalam mencari informasi dan mampu membuat keputusan perjalanan secara independen. Generasi ini sangat melekat di masa perkembangan teknologi yang melesat. Sehingga, generasi ini sudah akrab dengan kemajuan teknologi yang memudahkan manusia dalam mencapai tujuan atau menyelesaikan pekerjaan (Haikal et al., 2020).

Para peneliti memilih untuk melakukan studi tentang terapi spa dan pijat untuk melakukan upaya ideal dalam bidang medis, kesehatan, dan pariwisata. Hal ini akan membantu mereka memahami konsep sebenarnya dari pariwisata yang dapat digabungkan dengan berbagai industri yang digunakan sebagai penghasil keuntungan lainnya. Sebagai profesional masa depan, pembelajaran dapat menjadikan mereka kompetitif dalam jalur karier yang telah mereka pilih (Sartika, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku dan preferensi Generasi X saat memilih spa untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran agar meningkatkan niat kunjung dari Generasi X

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana karakteristik generasi X yang datang ke tempat Spa di Kota Bandung?
2. Apakah terdapat hubungan antara generasi X terhadap faktor memilih Spa di Kota Bandung?
3. Faktor apa saja yang menjadi dasar pemilihan keputusan Generasi X dalam memilih Spa di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang diterima maka tujuan penyusunan Proyek Akhir ini yaitu:

1. Untuk menganalisis karakteristik generasi X yang datang ke tempat Spa di Kota Bandung.

2. Untuk menganalisis hubungan antara generasi X terhadap faktor memilih Spa di Kota Bandung.
3. Menentukan faktor apa saja yang menjadi dasar pemilihan keputusan Generasi X dalam memilih Spa di Kota Bandung.

1.4 Batasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis memberikan batasan penelitian pada “Perilaku Generasi X Dalam Memilih SPA di Kota Bandung”.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

- a. Bagi penelitian, ini merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang sedang dikerjakan oleh peneliti, serta sebagai sarana menambah wawasan, pengetahuan.
- b. Bagi instansi, penelitian ini mampu menjadi referensi bagi Telkom University sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi mahasiswa dari Telkom University.
- c. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan atau referensi serta gambaran yang relevan bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk ilmu pengetahuan pariwisata serta perhotelan dalam memperluas informasi mengenai SPA.