

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini. Bersama dengan industri teknologi dan informasi, industri pariwisata diperkirakan menjadi *prime mover* perekonomian abad 21. Kesempatan dan peluang ini tentunya tidak akan disia-siakan oleh masyarakat, sebab terdapat banyak sekali potensi pariwisata alami ataupun buatan yang dapat dimanfaatkan dalam membantu meningkatkan perekonomian ataupun kesejahteraan rakyat. Tentunya hal tersebut dapat menjadi pemasukan pendapatan negara. Pada era yang serba canggih dan cepat ini, persaingan menjadi lebih ketat. Sebab, pengolahan informasi dan eksekusi semakin cepat pula. Tetapi, tergantung pada keputusan pembelian atau keputusan untuk memilih tempat berwisata.

Kotler dalam Ummu Habibah (2016) menyatakan Keputusan pembelian adalah proses yang terjadi pada konsumen ketika ia memutuskan membeli, apa yang dibeli, di mana dan bagaimana membelinya. Objek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati objek wisata yang ditawarkan. Dalam menghadapi pesaingnya, Objek Wisata mempunyai strategi dan ketegasan langkah dalam upaya menarik minat konsumen untuk berkunjung. Penggunaan strategi yang tepat dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang untuk berwisata.

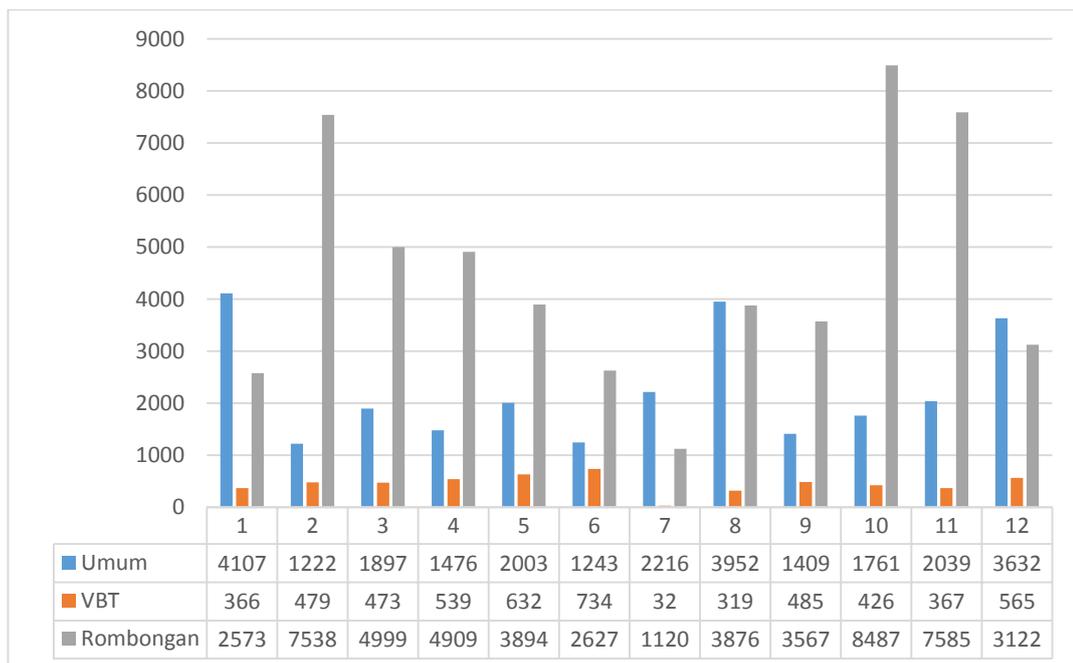
Strategi pasar itu meliputi harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing, fasilitas objek wisata dan wahana yang lengkap ,menarik dan modern, serta ditunjang lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk berwisata di Objek Wisata kolam renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa. Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang penting bagi suatu negara. Dengan pariwisata, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Pariwisata atau turisme adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini.

Salah satu tempat yang bisa dikunjungi untuk berwisata yaitu Obyek Wisata Kolam Renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa yang terletak kecamatan Sukabumi di kota Bandar Lampung. Obyek wisata andalan kota Bandar Lampung ini awalnya adalah ide dari Bapak Thamrin Utomo kala itu bapak Thamrin Utomo yang ingin membangun sebuah obyek wisata andalan di Kota Bandar Lampung. Sebelum menjadi seperti saat ini dulunya Kolam Renang D'Mermaid Tirtayasa merupakan hutan yang belum di kelola. Pada tahun 2012 Bapak Thamrin Utomo memulai untuk mengelola hutan menjadi perumahan yang mana di dalam perumahan tersebut dibuat kolam renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa.

Pada awal dibukanya D'Mermaid *Waterpark*, membuat peningkatan animo masyarakat, karena para wisatawan mengaku mereka jarang sekali berkunjung ke *water park* yang terletak di kawasan perumahan dan mempunyai *sportclub*. Sumber air dengan sumur bor yang mana kebersihan kualitas air terjaga sehingga membuat pengunjung nyaman saat berenang. Selain itu harga tiket yang relatif murah, pelayanan yang baik dari para karyawan serta sarana dan prasarana yang memadai juga sebagai faktor pendorong wisatawan untuk berwisata di kolam renang D'Mermaid

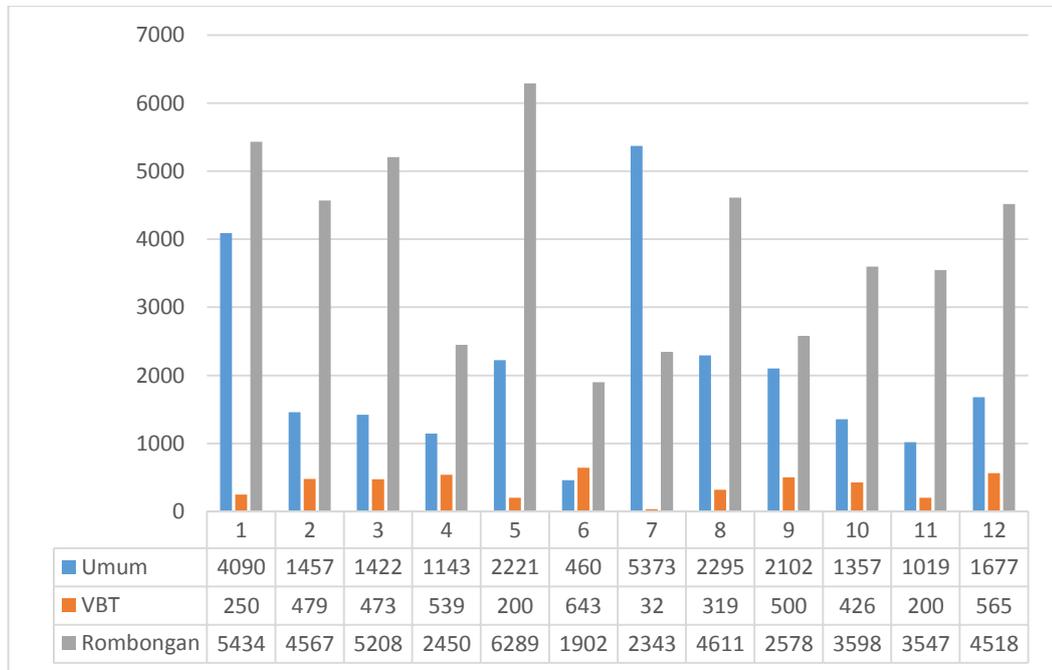
Waterpark Tirtayasa. Bahkan di tahun pertama nya D'Mermaid *Waterpark* mendapatkan pengunjung yang melebihi target. Target pasar dari objek wisata D'Mermaid *Waterpark* adalah umum dan anak sekolah dengan harga tiket 25.000 selama hari senin-jumat dan 40.000 untuk *weekend*. Dari awal dibukanya kolam renang D'Mermaid *Waterpark* hingga sekarang selalu mendapatkan kenaikan pengunjung, tetapi pada tahun 2017 kemarin D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa mengalami penurunan jumlah pengunjung dari tahun sebelumnya, berdasarkan keterangan dari Bapak Fajar Riyanto selaku Kepala Marketing D'Mermaid *Waterpark*.

Tabel 1.1
Data Penjualan Tahun
2016



Sumber: Kepala Bagian Marketing D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa

Tabel 1.2
Data Penjualan Tahun
2017



Sumber: Kepala Bagian Marketing D'Mermaid Waterpark Tirtayasa

Berdasarkan data yang didapatkan di atas jelas sekali bahwa D'Mermaid Waterpark Tirtayasa memiliki masalah yang mengakibatkan turunnya jumlah pengunjung yang sangat drastis. Dimana pengunjung ditahun 2016 sangat tinggi seangkan pengunjung ditahun 2017 mengalami penurunan yang sangat jauh. Penuruan tersebut meng-indikasikan bahwa terdapat banyak faktor yang menjadi penyebab, salah satunya adalah kualitas pelayanan pada kolam renang.

Tujuan perkembangan wisata yang terdapat di sektor jasa dapat dilihat dari pembangunan nasional dan kebutuhan konsumen. Terdapat lima macam peranan yang dilakukan oleh beberapa orang, salah satunya adalah pemakai (user) yaitu orang yang mengkonsumsi barang atau jasa yang dibeli.

Kepuasan konsumen itu sendiri merupakan tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi produk atau jasa. Kepuasan konsumen akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang. Terdapat faktor-faktor yang harus diperhatikan, disamping harus memperhatikan faktor-faktor juga harus memperhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wawancara bisnis dan manajemen (Yusendra *etc*, 2016 dalam *jurnal magister manajemen*. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/>)

Penilaian akan kualitas layanan menurut Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra dalam Yusendra *etc* (2016) yaitu berdasarkan pada kelima aspek kualitas jasa yaitu Reliability (Kehandalan), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Kepedulian (Empathy), Bukti Fisik (Tangible). Aspek-Aspek ini penting karena termasuk dalam proses pemberian kualitas layanan pada konsumen sebagaimana Wisata Kolam Renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa sudah mempunyai izin dari dinas pariwisata dan dinas pertanahan. Perusahaan harus berusaha menentukan suatu lokasi strategis yang mempunyai potensi untuk meningkatkan keputusan pembelian. Pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian, diantaranya harus sesuai dengan kriteria seperti pusat kegiatan ekonomi yaitu perkantoran, perbankan, pertokoan, hiburan dan lain-lain. Konsumen selalu ingin membeli produk atau jasa yang mudah dijangkau, dalam arti akses dan transportasi keluar masuk kendaraan menuju lokasi objek wisata mudah dan cepat misalnya berada di dekat jalan raya atau berada di pusat kota.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Kolam Renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, bagaimana kepuasan pengunjung kolam renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa terhadap kualitas pelayanan kecamatan Sukabumi Kota Bandar Lampung.

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Objek

Objek penelitian ini adalah pengunjung kolam renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa.

1.3.2 Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pengunjung kolam renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Kolam renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa kecamatan Sukabumi Kota Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan januari 2017 sampai Desember 2018.

1.3.5 Ruang lingkup ilmu pengetahuan

Pada penelitian ini, ruang lingkup ilmu penelitian yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk menganalisis tingkat kepuasan Pengunjung kolam renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa atas kualitas pelayanan untuk meningkatkan Pengunjung kolam renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi penulis yaitu untuk dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis IBI Darmajaya Lampung.

1.5.2 Bagi Institusi Pendidikan

Menambah referensi bagi fakultas Bisnis dan Ekonomi IBI Darmajaya.

1.5.3 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu dalam menentukan langkah – langkah meningkatkan kepuasan pelanggan dan menetapkan harga jual pada peningkatan jumlah pengunjung kolam renang D'Mermaid *Waterpark* Tirtayasa Bandar Lampung.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan terinci mengenai tiap-tiap skripsi ini, akan diuraikan secara singkat sistematikanya terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori definisi pemasaran, definisi kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, keputusan pembelian dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variable penelitian, uji persyaratan analisis data, metode analisis data, dan pengujianhipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang deskripsi data, hasil uji persyarataninstrument, hasil uji persyaratan analisis data, hasil analisis data,hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang simpulan dari uraian yang telah dianalisis dan saran yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran mengenai pemecahan masalah yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN