

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Merambahnya usaha di bidang jasa, membuat pengusaha memperhatikan pengalaman pelanggan dalam menggunakan sebuah jasa, terkait dengan harapan Pelanggan, kualitas yang dirasakan kepuasan dan loyalitas. *J. Enrique Bigne* berpendapat, pendorong pentingnya kepuasan dan perilaku setelahnya terletak pada interaksi pengaturan layanan dan karyawan selama kunjungan pelanggan (*J. Enrique Bigne., at al 2008*). Kondisi persaingan bisnis yang semakin kompetitif berkaitan dengan jasa wisata di kota besar khususnya di Surabaya memaksa pemahaman yang sangat mendalam mengenai pengalaman pelanggan. Berdasar dari hal tersebut pengalaman pelanggan yang baik akan memberikan dampak yang baik, begitu juga sebaliknya. Tingginya minat kunjungan masyarakat terhadap wisata di Surabaya menjadikan pemilihan obyek penelitian pada jasa Ciputra Waterpark.

Ciputra Waterpark Surabaya merupakan sebuah wahana taman air di Surabaya. Ciputra Waterpark berada di area perumahan Ciputra Land Surabaya. Kawasan ini merupakan sebuah lokasi atraksi taman air terbesar di Indonesia, dibangun di atas lahan seluas lima (5) hektar, terinspirasi oleh kisah petualangan Sindbad's. Di dalam Ciputra Waterpark Surabaya ini disuguhkan petualangan – petualangan seperti 1001 malam yang menggunakan teknologi waterpark paling moderen.

Harga tiket yang ditawarkan untuk mengunjungi obyek yang memiliki berbagai wahana unggulan disesuaikan dengan frekuensi kunjungan konsumen. Tiket masuk dibedakan menjadi dua yaitu tiket harga umum dengan tiket harga promosi. Untuk tiket harga promosi pada hari Selasa sampai dengan Jumat memiliki harga yang lebih tinggi. Hal ini diakibatkan adanya kupon diskon yang diterbitkan oleh Ciputra Waterpark berkerja sama dengan Matahari Department Store, Toko Buku Togamas, dan Gramedia untuk setiap pembelian diatas seratus ribu rupiah. Sedangkan tiket harga promosi pada hari Sabtu, Minggu dan Hari Libur Nasional tidak dapat menggunakan kupon diskon sehingga memiliki harga yang sama dengan harga tiket sebelumnya. Keterangan tersebut didapat melalui situs resmi (<http://www.ciputrawaterparksurabaya.com>).

Tabel 1.1
HARGA TIKET MASUK
CIPUTRA WATERPARK SURABAYA

Hari Operasi	Harga Tiket Umum	Harga Tiket Promosi
Selasa s/d Jumat	Rp. 45.000,00	Rp. 60.000,00
Sabtu, Minggu dan Hari libur Nasional	Rp. 70.000,00	Rp. 60.000,00

Sumber : Situs resmi (www.ciputrawaterparksurabaya.com)

Kebutuhan akan tempat suasana rekreasi air menjadikan masyarakat Surabaya menantikan hadirnya sebuah arena rekreasi air yang dapat memberikan kepuasan bermain. Sebagai usaha yang menyediakan jasa atraksi taman air, Ciputra Waterpark Surabaya memiliki patokan kualitas layanan berstandar internasional. Sebagai bukti Ciputra Waterpark khusus mendatangkan alat bermain dari New Zealand, Australia dan Kanada. Berbekal pengalaman pelanggan yang berkunjung di Ciputra Waterpark ini saya berfikir untuk

mengukur seberapa besar tingkat loyalitas, sesuai observasi yang saya lakukan diatas.

Tabel 1.2
DATA JUMLAH PENGUNJUNG
CIPUTRA WATERPARK

Tahun	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Jumlah
Jumlah Pengunjung	-	403.015	286.348	278.894	256.810	275.382	1.500.449

Sumber : Laporan tahunan PT. Ciputra Surya Tbk.

Data diatas memperlihatkan bahwa Ciputra Waterpark mulai beroperasi pada tahun 2005, ini terlihat dari data yang kosong pada kolom jumlah pengunjung di tahun tersebut. Angka jumlah pengunjung tertinggi terlihat pada tahun 2006 yang menembus angka empat ratus ribu pengunjung. Hal ini berbeda dengan tahun berikutnya yang rata – rata hanya menembus angka dua ratus ribuan pertahunnya. Namun terlihat adanya kenaikan jumlah pengunjung pada tahun 2010 seiring penambahan wahana baru.

Masalah yang ditunjukkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya keluhan dari berbagai kalangan masyarakat mengenai kesesuaian harapan dengan kualitas yang dirasakan pada kunjungan Ciputra Waterpark. Begitu besar harapan pelanggan terhadap layanan jasa di Ciputra Waterpark seringkali tidak terpenuhi secara menyeluruh. Tingginya harga dalam penggunaan setiap fasilitas yang digunakan menjadi momen adanya penurunan dalam kunjungan masyarakat ke Ciputra Waterpark. Masih adanya kekurangan pelayanan, infrastuktur bangunan dan fasilitas kesehatan menjadikan alasan diajukannya permasalahan dalam penelitian ini.

Harapan pelanggan menurut Pasuraman *et al.*, 1991 dalam Chwo-Ming Joseph Yu *et al.*, 2005 menyatakan bahwa terdapat empat faktor harapan pelanggan yaitu : reputasi kebutuhan personal, pengalaman dan komunikasi eksternal (termasuk pesan langsung dan tidak langsung antara perusahaan dengan pelanggan berupa iklan, brosur perusahaan, tingkah laku karyawan perusahaan harga ataupun jasa perusahaan). Jika harapan pelanggan terpenuhi pelanggan akan merasakan seberapa baik kualitas yang dirasakan sesuai dengan harapan sehingga kedua hal ini menciptakan kepuasan yang berdampak pada timbulnya loyalitas.

Timbulnya loyalitas pelanggan memberikan banyak manfaat untuk perusahaan dan juga pelanggan itu sendiri sebagai bentuk simbiosis dimana kedua belah pihak mendapat keuntungan. Menurut Kotler, Hayes, dan Bloom ada enam alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan konsumen loyalnya (Buchari Alma, 2002:275). *Pertama*, adalah pelanggan yang sudah ada memiliki prospek yang lebih besar untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan. *Kedua*, biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, jauh lebih kecil daripada mencari pelanggan baru. *Ketiga* pelanggan yang percaya kepada suatu lembaga dalam suatu urusan bisnis, cenderung akan percaya juga pada urusan bisnis yang lain. *Keempat*, jika sebuah perusahaan lama memiliki banyak pelanggan lama, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan karena adanya efisiensi. Pelanggan lama sudah barang tentu tidak akan banyak lagi tuntutan, perusahaan cukup menjaga dan mempertahankan mereka. Untuk melayani mereka bisa digunakan karyawan-karyawan baru dalam rangka melatih mereka, sehingga

biaya pelayanan lebih murah. *Kelima*, pelanggan lama tentunya telah banyak memiliki pengalaman positif yang berhubungan dengan perusahaan, sehingga mengurangi biaya psikologis dan sosialisasi. *Keenam*, pelanggan lama akan berusaha membela perusahaan, dan mereferensikan perusahaan tersebut kepada teman-teman maupun lingkungannya.

Setelah penggunaan jasa layanan hiburan Ciputra Waterpark maka pelanggan akan merasakan kualitas yang ada dan merasakan sensasi yang ditawarkan oleh waterpark. Apabila harapan para konsumen telah dipenuhi maka akan tercipta suatu kepuasan tersendiri atas jasa tersebut, sehingga apabila kepuasan telah dicapai tidak menutup kemungkinan konsumen tersebut melakukan transaksi pembelian kembali terhadap jasa yang sama. Bahkan cenderung mereferensikan produk tersebut kepada kerabat lainnya. Konsumen seperti ini bisa disebut dengan konsumen yang loyal.

Berdasarkan uraian tersebut maka penting bagi pihak penyedia produk dan jasa untuk mengetahui seberapa besar pengalaman pelanggan ditinjau dari variabel kualitas jasa, kepuasan dan loyalitas. Hubungan yang mencerminkan hal tersebut diatas dituangkan dalam sebuah penelitian mengenai : **Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Yang Dirasakan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pada Kunjungan Rekreasi Ciputra Waterpark Di Surabaya.**

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang muncul berdasarkan latar belakang Ciputra Waterpark Surabaya adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harapan pelanggan terhadap kualitas yang dirasakan ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan harapan pelanggan terhadap kepuasan ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kualitas yang dirasakan terhadap kepuasan ?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap Loyalitas ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tentang pengaruh harapan pelanggan, kualitas yang dirasakan, kepuasan terhadap loyalitas pada kunjungan Ciputra Waterpark di Surabaya adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan harapan pelanggan terhadap kualitas yang dirasakan.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan harapan pelanggan terhadap kepuasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kualitas yang dirasakan terhadap kepuasan.
4. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat diadakannya penelitian ini adalah setelah diketahui dari tujuan penelitian, maka dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi penyedia produk dan jasa

Bagi Ciputra Waterpark, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk melihat seberapa besar peranan harapan pelanggan, kualitas yang dirasakan, kepuasan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan.

2. Bagi STIE PERBANAS Surabaya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan koleksi perpustakaan STIE Perbanas Surabaya dan dapat juga digunakan sebagai sumber informasi atau bahan acuan penelitian yang sama sehingga penelitian yang dihasilkan akan menjadi lebih baik.

3. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini peneliti dapat menerapkan suatu ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dan dipelajari dari sudut pandang ilmu pemasaran serta penulis memperoleh gambaran baru tentang ilmu pengetahuan pemasaran yang telah dilakukan peneliti.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah cara penulisan, penulis membagi skripsi ini kedalam bab-bab secara teratur dan sistematis. Dengan cara penulisan tersebut, maka memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap dan terperinci

pada tiap-tiap bab dan sub bab. Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistem matika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan pustaka yang didalamnya terdapat sub-sub bab, antara lain penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai bahan acuan dalam penulisan penelitian ini dan teori-teori yang dijadikan landasan dalam penyelesaian penelitian, kerangka pemikiran penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada baba ini dibahas tentang penjelasan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi, sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas, dan realibilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi uraian tentang gambaran umum subyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.