

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.Latar Belakang Masalah.**

Aktivitas jasmani merupakan kebutuhan setiap manusia di dalam kehidupan agar kondisi fisik kesehatan tetap terjaga dan selalu bugar, dan justru sekarang sebaliknya manusia akan lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bekerja dengan mengesampingkan waktu aktivitas jasmani. Dengan itu aktivitas jasmani jarang dilakukan, dan hanya dilakukan pada waktu luang dan sesuai kehendak sendiri tanpa terjadwal. Aktivitas jasmani merupakan aktivitas untuk kesehatan dan sehat itu mahal harganya dalam kehidupan manusia.

Setiap manusia harus berusaha menjaga kesehatannya, salah satu cara untuk menjaga kesehatan agar tetap terjaga dengan baik adalah dengan aktivitas jasmani, misalnya cabang olahraga renang menjadi salah satu pilihan. Cabang olahraga ini sangat diminati karena dapat dijadikan sebagai media rekreasi dan dapat dilakukan bersama keluarga. Berenang adalah gerakan sewaktu bergerak di air, dan biasanya tanpa perlengkapan buatan. Berenang tidak hanya untuk kesehatan tetapi juga sebagai sarana hiburan. Dengan begitu bisnis kolam renang masih mempunyai peluang yang sangat besar. Tetapi meskipun bisnis ini masih mempunyai peluang yang sangat besar bisnis namun sudah banyak dijalan oleh beberapa pengusaha. Dengan begitu lambat laun bisnis ini akan membuat persaingan semakin pesat. Adapun cara yang harus ditempuh perusahaan

agar tetap mampu bersaing adalah dengan cara menjamin kepuasan konsumen, yaitu dapat dengan cara meningkatkan kualitas pelayanannya.

Menurut Philip Kotler (2000), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Dimensi kualitas layanan juga telah dikembangkan oleh Parasuraman, dkk (1988:17) mendeskripsikan 10 kualitas layanan kepada konsumen yaitu Tangibles ( Bukti Langsung ), Reliability ( Kehandalan ) Responsiveness ( Daya Tanggap ), Communication (Komunikasi), Credibility (Kredibilitas ), Security (Keamanan ), Competence ( Kompetensi ), Courtesy ( Kesopanan ), Alma (2007:284) terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :Tangible ( wujud Fisik), Emphaty ( kepedulian), Responsiveness ( daya tanggap), Realibility (kehandalan), Asurancy (jaminan/kepastian).

Variabel-variabel diatas menentukan tingkat kepuasan dari para konsumen/pengunjung. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus mampu mengelola kelima variabel tersebut dengan baik apabila ingin memperoleh kepuasan konsumennya.

Kepuasan konsumen menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pelaku bisnis, dimana tingkat kepentingan dan harapan konsumen serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan perusahaan haruslah sesuai. Para pelaku bisnis harus dapat memahami konsep kepuasan konsumen dengan baik apabila mereka ingin memenangkan persaingan. Pada hakekatnya suatu bisnis bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Perusahaan berusaha untuk dapat menciptakan dan mempertahankan para konsumen/pelanggan agar tetap menggunakan jasanya dalam melakukan transaksi. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Philip Kotler, 2002). Kepuasan juga dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Gregorius, 2005). Hal ini dapat berarti jika kinerja dibawah harapan, konsumen/pelanggannya akan merasa tidak puas. Jika kinerja sama dengan harapan, pelanggan merasa puas, dan jika kinerja melampaui harapan, nasabah akan sangat puas atau bahagia. Konsumen yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang perusahaan dan cenderung akan setia lebih lama pada perusahaan.

Sedangkan diponorogo sendiri bisnis kolam renang tidak hanya hanya Tirto Joyo saja , tetapi masih ada kolam renang-kolam renang lainnya seperti Kolam Renang Gita Water Park (Pulung), Kolam Renang Kitamani ,Kolam Renang Isaku Niki Jetis, kolam renang Tirto Mengolo, taman

Wisata Ngembak. Dan dari beberapa wisata kolam renang tersebut ada yang dikelola pihak swasta maupun pemerintah daerah. Dengan begitu kolam renang tirta joyo mempunyai banyak pesaing, yang dari setiap pesaingnya akan terus meningkatkan kualitas pelayanannya. Adapun keunggulan yang dimiliki oleh kolam renang Tirta Joyo adalah lokasi yang berada ditengah kota, pelayanan dengan member card, fasilitas penunjang lainnya (fitnes center, resto dsb). Dengan pesaing dan keunggulan yang ada, kolam renang Tirta joyo harus mampu menerapkan marketing mix/bauran pemasaran dengan baik dan tepat. Sedangkan definisi marketing mix/bauran pemasaran menurut Sumarmi dan Soeprihanto (2010:274) “*Marketing mix* adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Dengan kata lain *marketing mix* adalah kumpulan dari variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen”. berdasarkan dari pengakuan pengunjung yang ada, kolam renang Tirta Joyo sudah menerapkan marketing mix/bauran pemasaran dengan baik dan tepat. Tetapi untuk promosi (pasang baleho, baner dsb) kolam renang Tirta Joyo masih kurang, sehingga informasi tentang kolam renang Tirta joyo kemasyarakatan dan pengunjung masih kurang. Selain meningkatkan atau memperbaiki marketing mix/bauran pemasarannya kolam renang Tirta Joyo harus Menyadari betapa pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjungnya guna mempertahankan bahkan

meningkatkan jumlah pengunjungnya. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengambil judul dengan “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG KOLAM RENANG TIRTO JOYO PONOROGO”.

### **1.2. Rumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka penulis berusaha mengidentifikasi masalah yang ditemukan dalam pembahasan skripsi ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruhnya kualitas pelayanan yang berupa Wujud Fisik (Tangible) terhadap kepuasan pengunjung.
2. Apakah ada pengaruhnya kualitas pelayanan yang berupa kehandalan karyawan (Realibility) terhadap kepuasan pengunjung.
3. Apakah ada pengaruhnya kualitas pelayanan yang berupa daya tanggap (Responsiveness) terhadap kepuasan pengunjung.
4. Apakah ada pengaruhnya kualitas pelayanan yang berupa Jaminan (Asuransi) terhadap kepuasan pengunjung.
5. Apakah ada pengaruhnya kualitas pelayanan yang berupa empathy (Kepedulian) terhadap pengunjung.
6. Apakah ada pengaruhnya tangible, realibility, responsiveness, assurancy dan empathy secara serampak terhadap kepuasan pengunjung.

### **1.3. Batasan masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka perlu diadakan pembatasan masalah untuk mendapatkan hasil penelitian

yang terfokus dan menghindari penafsiran yang tidak diinginkan atas hasil penelitian. Maka dari itu penelitian ini mencakup tentang kualitas pelayanan yang meliputi Tangible, Realibility, Responsiveness, Asurancy dan Emphaty terhadap kepuasan pengunjung kolam renang Tirto Joyo. Adapun yang menjadi sampel/responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berumur 12 tahun ke atas.

#### **1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh wujud fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pengunjung.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pengunjung.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pengunjung.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pengunjung.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepedulian (*emphaty*) terhadap kepuasan pengunjung.
6. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh tangible, reliability, responsiveness, asurancy, dan empathy terhadap kepuasan pengunjung.

#### **1.4.2. Manfaat Penelitian.**

A. Kegunaan Teoritis : Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi studi pemasaran yang akhir-akhir ini makin banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu baik melalui kajian teoritis maupun melalui kajian riset di bidang terapan

B. Manfaat Praktis.

1. Bagi peneliti: Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman yang berharga dalam perbandingan antara teori yang diperoleh di bangku kuliah khususnya mata kuliah manajemen pemasaran dengan praktik di dunia nyata yang diperoleh penulis selama penelitian ini berlangsung.
2. Bagi kampus : Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui seberapa besar keberhasilan mahasiswa dalam menyerap ilmu yang diajarkan, dan hasil penelitian juga bermanfaat untuk dijadikan koleksi perpustakaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya : Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.
4. Bagi perusahaan : Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan, apakah kualitas pelayanan yang diberikan sudah maksimal sehingga kepuasan pelanggannya terjamin.
5. Bagi masyarakat umum : Penelitian ini juga diharapkan mampu membantu masyarakat dalam memilih tempat wisata yang aman dan nyaman terutama wisata kolam renang yang ada di wilayah Ponorogo.