

**USULAN PERBAIKAN KUALITAS JASA UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
CHA-CHA WATER FUN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Eder Varian**

**NPM : 2015610134**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2019**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama Lengkap : Eder Varian  
NPM : 2015610134  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERBAIKAN KUALITAS JASA UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN CHA-CHA  
WATER FUN

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Juni 2019

**Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri**

(Romy Lorce, S.T., M.T.)

**Pembimbing**

(Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T.)

## ABSTRAK

Cha-Cha Water Fun merupakan taman rekreasi air yang menawarkan banyak wahana dan kolam. Berdasarkan data penjualan tiket Cha-Cha Water Fun periode 2017-2018, penjualan tiket cenderung menurun dan berada di bawah kapasitas produktif. Penurunan penjualan tiket diakibatkan karena manajer Cha-Cha Water Fun tidak mampu mempertahankan pelanggan. Manajer Cha-Cha Water Fun belum mampu menemukan faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat loyalitas pelanggan di Cha-Cha Water Fun. Sejauh ini, yang dilakukan oleh manajer Cha-Cha Water Fun untuk meningkatkan penjualan adalah dengan menggunakan intuisi dan penilaian pribadi saja. Manajer Cha-Cha Water Fun tidak mengetahui apa yang diharapkan oleh para pelanggan Cha-Cha Water Fun, sehingga metode yang sedang digunakan belum mampu memenuhi harapan pelanggan.

Dalam proses mencari faktor-faktor apa saja yang diduga mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan di Cha-Cha Water Fun, dilakukan studi pendahuluan dan wawancara. Studi pendahuluan dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung dan mencari literatur terkait dengan tingkat loyalitas. Alhasil, ditemukan beberapa faktor yang diduga mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan di Cha-Cha Water Fun. Faktor-faktor tersebut adalah faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Selanjutnya, dilakukan penyusunan instrumen penelitian untuk penyusunan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung di Cha-Cha Water Fun. Data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner, kemudian diolah dengan menggunakan metode PLS. Evaluasi hasil pengolahan data dilakukan dengan dua cara yaitu evaluasi hasil pengukuran dan evaluasi struktur model.

Hasil dari pengolahan data, menunjukkan bahwa variabel *tangibles*, *responsiveness* dan *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan di Cha-Cha Water Fun. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dibuat rekomendasi perbaikan dengan mengacu pada atribut-atribut yang terdapat di dalam variabel tersebut. Rekomendasi perbaikan dibuat berdasarkan prioritas penilaian dari para responden terkait dengan mutu layanan yang terdapat di Cha-Cha Water Fun.

## **ABSTRACT**

*Cha-Cha Water Fun is a water recreation park that offers many rides and pools. Based on data, Cha-Cha Water Fun has sold tickets that tends to fall and below the productive capacity from the period 2017-2018. The reason of this problem is due to the manager isn't able to maintain customer's loyalty. The manager has not been able to find out the factors that cause low level of loyalty. So far, manager of Cha-Cha Water Fun has been doing some ways to increase loyalty based on intuition and judgement only. Manager doesn't know what customers desire, so the current method is not able to fulfill customer's expectation.*

*In the process of looking for any factors that affect the level of loyalty in Cha-Cha Water Fun. Preliminary study and interview are been applied. Preliminary study is carried out by making direct observations and looking for literature related to the level of loyalty. As a result, several factors were found that could increase the level of customer's loyalty at Cha-Cha Water Fun. These factors are tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Furthermore, research instruments were collected to collect questionnaire. Questionnaire's distribution was carried out directly at Cha-Cha Water Fun. From the result of questionnaire's distribution, data is processed by using the PLS method. Evaluation of the results is done in two ways, namely measurement model and structure model.*

*The results of data processing indicate that tangibles, responsiveness and empathy variables have a significant influence on customer's loyalty in Cha-Cha Water Fun. Based on these results, recommendations for improvement can be done by referring to the attributes contained in these variables. Improvement recommendations are made based on the priority of the respondents' assessment regarding the quality of services in Cha-Cha Water Fun.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Usulan Perbaikan Kualitas Jasa untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Cha-Cha Water Fun” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi dilakukan untuk memenuhi mata kuliah Skripsi (ISE184198) sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam bidang Teknik Industri di Universitas Katolik Parahyangan.

Selama penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu tanpa dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, dan dukungan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku koordinator mata kuliah skripsi (ISE184198) yang telah mengatur dan memberikan *briefing* dalam proses pelaksanaan skripsi.
3. Bapak Dr. Sugih Sudharma Tjandra, S.T., M.SI. dan Bapak Marihot Nainggolan, S.T., M.T., M. S. selaku dosen penguji sidang proposal skripsi yang telah memberikan kritik dan saran dalam skripsi ini.
4. Diny Andini selaku pemilik Cha-Cha Water Fun yang telah memberikan akses masuk serta informasi seputar Cha-Cha Water Fun.
5. Manajer Cha-Cha Water Fun yang telah memberikan informasi terkait penelitian ini.
6. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan dalam penelitian ini.
7. Kedua orang tua, Adam Varian, Sally Valencia dan seluruh keluarga yang telah memebrikan dukungan moril kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.

8. Olivia Elisa, wanita yang telah memberikan dukungan secara moril dan moral kepada penulis dan wanita yang menjadi alasan penulis selalu lebih bersemangat dalam mengerjakan skripsi.
9. Sahabat-sahabat penulis, yaitu Harri Kurniawan, Diny Andini, Elissa Samarda, Princessa Audina, Yogi Chandres.
10. Teman-teman dekat penulis, yaitu Evelyn, Elvina, Regina Natasya, Krismona, Margaret Setyawan, Yulius Chandra G., Gilland Dyell, Hastomo, Tommy Chrestella, dan teman dekat lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
11. Kakak dan Adik asuh KMBP, yaitu Hendra Berlian, Winny Wirianta, Garinsa Fantio.
12. Teman-teman PVVD, yaitu Fready Kusuma, Rusjemi, Trywandy, Dean Nigel, Silvia Oktavia, Elfira Marko, Metania, Erlyn Meifanny, Glenda Nathania, Charlene Alicia, Michelle Clarissa, Felicia Jane dan teman PVVD lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
13. Teman-teman KMBP dan kelas C angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi.

Penulis berharap dengan selesainya skripsi ini, dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan juga dapat berguna bagi para pembaca untuk dijadikan referensi. Akhir kata, penulis mengucapkan mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja dan penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses pengerjaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi orang-orang yang membutuhkan.

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                               | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRACT</b> .....                              | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                        | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                            | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                          | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                         | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                       | <b>xiii</b> |
| <br>   |             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                     | <b>I-1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                   | I-1         |
| 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....         | I-4         |
| 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian ..... | I-8         |
| 1.3.1 Pembatasan Masalah .....                     | I-8         |
| 1.3.2 Asumsi Penelitian .....                      | I-8         |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                        | I-9         |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                       | I-9         |
| 1.6 Metodologi Penelitian .....                    | I-9         |
| <br>   |             |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....               | <b>II-1</b> |
| II.1 Pengertian Jasa .....                         | II-1        |
| II.2 Mutu Layanan .....                            | II-2        |
| II.3 Loyalitas Pelanggan .....                     | II-4        |
| II.4 Teknik Pengumpulan Data .....                 | II-5        |
| II.5 Skala Pengukuran .....                        | II-6        |
| II.6 Teknik <i>Sampling</i> .....                  | II-8        |
| II.6.1 Probability Sampling .....                  | II-8        |
| II.6.2 Nonprobability Sampling .....               | II-9        |
| II.7 Validitas dan Reliabilitas .....              | II-10       |
| II.7.1 Uji Validitas .....                         | II-10       |

|  |   |              |
|--|---|--------------|
| II.7.2   | Uji Reliabilitas.....   | II-11        |
| II.8   | Metode Partial Least Square (PLS).....  | II-11        |
| <b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b> |   | <b>III-1</b> |
| III.1  | Model Penelitian .....  | III-1        |
| III.1.1  | <i>Loyalty / Y</i> .....  | III-3        |
| III.1.2  | <i>Tangibles / X1</i> .....   | III-3        |
| III.1.3  | <i>Reliability / X2</i> .....   | III-4        |
| III.1.4  | Responsiveness / X3 .....   | III-5        |
| III.1.5  | <i>Assurance / X4</i> .....   | III-6        |
| III.1.6  | <i>Empathy / X5</i> .....   | III-6        |
| III.2  | Penyusunan Instrumen Pengukuran.....  | III-7        |
| III.3  | Penyusunan Kuesioner.....   | III-10       |
| III.4  | Hasil Penyebaran Kuesioner.....   | III-11       |
| III.5  | Pengujian Model Penelitian .....  | III-15       |
| III.5.1  | Evaluasi Model Hasil Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....                          | III-16       |
| III.5.2  | Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                                | III-22       |
| III.6  | Pengujian Model Penelitian per Segmentasi .....                                       | III-24       |
| III.6.1  | Evaluasi <i>Outer &amp; Inner Model</i> Pada Segmentasi Wahana .....                  | III-24       |
| III.6.2  | Evaluasi <i>Outer &amp; Inner Model</i> Pada Segmentasi Kolam Renang.....             | III-30       |
| III.6.3  | Evaluasi <i>Outer &amp; Inner Model</i> Pada Segmentasi Kolam Renang dan Wahana ..... | III-37       |
| III.7  | Deskripsi Tingkat dan Pengaruh Mutu Layanan di Cha-Cha Water Fun.....                 | III-43       |
| III.7.1  | Tingkat Mutu Layanan per Segmentasi.....  | III-43       |
| III.7.2  | Pengaruh Mutu Layanan per Segmentasi.....   | III-48       |
| <b>BAB IV ANALISIS.....</b>                          |   | <b>IV-1</b>  |
| IV.1   | Analisis Profil Responden.....  | IV-1         |
| IV.2   | Analisis Model Penelitian .....   | IV-3         |
| IV.3   | Analisis Pengujian Instrumen Penelitian .....   | IV-6         |
| IV.4   | Analisis Hasil Pengolahan Data per Segmentasi .....                                   | IV-7         |

|        |   |       |
|--------|---|-------|
| IV.4.1 | Analisis Hubungan antar Variabel Secara Keseluruhan .....                         | IV-7  |
| IV.4.2 | Analisis Hubungan antar Variabel pada Segmentasi Wahana.....                      | IV-8  |
| IV.4.3 | Analisis Hubungan antar Variabel pada Segmentasi Kolam<br>Renang .....            | IV-9  |
| IV.4.4 | Analisis Hubungan antar Variabel pada Segmentasi Wahana dan<br>Kolam Renang ..... | IV-10 |
| IV.5   | Analisis Tingkat Mutu Layanan per Segmentasi .....                                | IV-10 |
| IV.5.1 | Analisis Tingkat Mutu Layanan Secara Keseluruhan .....                            | IV-11 |
| IV.5.2 | Analisis Tingkat Mutu Layanan pada Segmentasi Wahana .....                        | IV-11 |
| IV.5.3 | Analisis Tingkat Mutu Layanan pada Segmentasi Kolam<br>Renang.....                | IV-12 |
| IV.5.4 | Analisis Tingkat Mutu Layanan pada Segmentasi Wahana dan<br>Kolam Renang .....    | IV-12 |
| IV.6   | Analisis Tingkat Loyalitas Pengunjung .....                                       | IV-13 |
| IV.7   | Analisis Rekomendasi Perbaikan.....   | IV-14 |

|   |            |
|---|------------|
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> | <b>V-1</b> |
| V.1 Kesimpulan.....                     | V-1        |
| V.2 Saran.....                          | V-2        |

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

|  |        |
|--|--------|
| Tabel I.1 Data Penjualan Tiket di Cha-Cha Water Fun.....   | I-3    |
| Tabel I.2 Keluhan-Keluhan Pengunjung Cha-Cha Water Fun.....  | I-6    |
| Tabel II.1 Kriteria Pemilihan Measurement Model .....  | II-13  |
| Tabel III.1 Variabel dan Atribut Penelitian .....  | III-8  |
| Tabel III.2 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....                             | III-17 |
| Tabel III.3 Nilai Hasil <i>Outer Loading</i> .....   | III-17 |
| Tabel III.4 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....  | III-18 |
| Tabel III.5 Nilai $R^2$ .....  | III-19 |
| Tabel III.6 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....   | III-19 |
| Tabel III.7 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Revisi 1 .....  | III-19 |
| Tabel III.8 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Revisi 2.....   | III-20 |
| Tabel III.9 Nilai <i>Cross Loadings</i> .....  | III-21 |
| Tabel III.10 Nilai <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> .....  | III-22 |
| Tabel III.11 Hasil <i>Output Path Coefficients</i> .....   | III-23 |
| Tabel III.12 Hasil <i>Output R<sup>2</sup></i> .....   | III-24 |
| Tabel III.13 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Segmentasi Wahana<br>.....       | III-25 |
| Tabel III.14 Nilai Hasil <i>Outer Loading</i> Segmentasi Wahana.....                                       | III-25 |
| Tabel III.15 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Segmentasi Wahana....                           | III-26 |
| Tabel III.16 Nilai $R^2$ Segmentasi Wahana .....   | III-27 |
| Tabel III.17 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i> Segmentasi Wahana.....                                 | III-27 |
| Tabel III.18 Nilai <i>Cross Loadings</i> Segmentasi Wahana.....  | III-27 |
| Tabel III.19 Nilai <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> Segmentasi Wahana .....                          | III-29 |
| Tabel III.20 Hasil <i>Output Path Coefficients</i> Segmentasi Wahana .....                                 | III-29 |
| Tabel III.21 Hasil <i>Output R<sup>2</sup></i> Segmentasi Wahana.....                                      | III-30 |
| Tabel III.22 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Segmentasi Kolam<br>Renang ..... | III-31 |
| Tabel III.23 Nilai Hasil <i>Outer Loading</i> Segmentasi Kolam Renang .....                                | III-32 |
| Tabel III.24 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> Segmentasi Kolam Renang<br>.....                | III-33 |

|  |        |
|--|--------|
| Tabel III.25 Nilai $R^2$ Segementasi Kolam Renang .....  | III-33 |
| Tabel III.26 Nilai Fornell-Larcker <i>Criterion</i> Segmentasi Kolam Renang .....                                    | III-33 |
| Tabel III.27 Nilai <i>Cross Loadings</i> Segmentasi Kolam Renang.....  | III-34 |
| Tabel III.28 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) Segmentasi Kolam Renang .                                  | III-35 |
| Tabel III.29 Hasil <i>Output Path Coefficients</i> Segmentasi Kolam Renang .....                                     | III-36 |
| Tabel III.30 Hasil <i>Output</i> $R^2$ Segmentasi Kolam Renang .....   | III-36 |
| Tabel III.31 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Segmentasi Kolam<br>Renang dan Wahana..... | III-37 |
| Tabel III.32 Nilai Hasil <i>Outer Loading</i> Segmentasi Kolam Renang dan Wahana....<br>.....                        | III-38 |
| Tabel III.33 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) Segmentasi Kolam Renang<br>dan Wahana.....                | III-39 |
| Tabel III.34 Nilai $R^2$ Segementasi Kolam Renang dan Wahana .....   | III-39 |
| Tabel III.35 Nilai Fornell-Larcker <i>Criterion</i> Segmentasi Kolam Renang dan<br>Wahana.....                       | III-40 |
| Tabel III.36 Nilai <i>Cross Loadings</i> Segmentasi Kolam Renang dan Wahana...III-40                                 |        |
| Tabel III.37 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF) Segmentasi Kolam Renang dan<br>Wahana.....                 | III-41 |
| Tabel III.38 Hasil <i>Output Path Coefficients</i> Segmentasi Kolam Renang dan<br>Wahana.....                        | III-42 |
| Tabel III.39 Hasil <i>Output</i> $R^2$ Segmentasi Kolam Renang dan Wahana.....                                       | III-43 |
| Tabel III.40 Tingkat Mutu Layanan untuk Segmentasi Wahana .....  | III-44 |
| Tabel III.41 Tingkat Mutu Layanan untuk Segmentasi Kolam Renang.....   | III-45 |
| Tabel III.42 Tingkat Mutu Layanan untuk Segmentasi Wahana dan Kolam<br>Renang .....                                  | III-46 |
| Tabel III.43 Tingkat Mutu Layanan Keseluruhan .....  | III-47 |
| Tabel III.44 Hasil Rekapitulasi Uji T Setiap Segmentasi .....  | III-49 |
| Tabel IV.1 Rekomendasi Perbaikan.....  | IV-17  |

## DAFTAR GAMBAR

|   |        |
|---|--------|
| Gambar I.1 Grafik Penjualan Tiket Cha-Cha Water Fun .....                           | I-4    |
| Gambar I.2 <i>Flowchart</i> Langkah-Langkah Penelitian .....                        | I-10   |
| Gambar II.1 Reflective and Formative Measurement Model .....                        | II-12  |
| Gambar III.1 Model Penelitian Pengaruh Dimensi SERVQUAL Terhadap<br>Loyalitas ..... | III-2  |
| Gambar III.2 <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin .....                                   | III-12 |
| Gambar III.3 <i>Pie Chart</i> Umur .....  | III-13 |
| Gambar III.4 <i>Pie Chart</i> Pekerjaan.....  | III-13 |
| Gambar III.5 <i>Pie Chart</i> Asal Tempat Tinggal .....                             | III-14 |
| Gambar III.6 <i>Pie Chart</i> Pendapatan .....                                      | III-14 |
| Gambar III.7 <i>Pie Chart</i> Segmentasi.....                                       | III-15 |
| Gambar III.8 Model Penelitian SmartPLS .....  | III-16 |
| Gambar III.9 Model Penelitian SmartPLS Revisi .....                                 | III-20 |
| Gambar III.10 Model Penelitian SmartPLS Segmentasi Wahana .....                     | III-24 |
| Gambar III.11 Model Penelitian SmartPLS Segmentasi Kolam Renang.....                | III-31 |
| Gambar III.12 Model Penelitian SmartPLS Segmentasi Kolam Renang dan<br>Wahana ..... | III-37 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran A: Studi Pendahuluan .....         | A-1 |
| Lampiran B: Profil Responden Tambahan ..... | B-1 |
| Lampiran C: Isi Kuesioner.....              | C-1 |
| Lampiran D: Hasil Jawaban Kuesioner .....   | D-1 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada Bab I akan dibahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan dari penelitian ini. Berikut merupakan pembahasan dari masing-masing sub-bab yang telah disebutkan.

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Sejak zaman dahulu hingga zaman sekarang yang serba canggih ini, tempat wisata selalu menjadi pilihan dikala waktu senggang dan juga waktu liburan. Prospek tempat wisata di Indonesia dapat dibilang cukup menjanjikan, karena tempat wisata selalu menjadi tempat favorit bagi keluarga yang ingin liburan atau mengisi waktu senggang. Perkembangan zaman justru membuat peningkatan sektor pariwisata menjadi lebih signifikan, baik dari segi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Menurut Badan Pusat Statistik (2018) terdapat peningkatan wisatawan nusantara di Indonesia, hal ini dikarenakan tempat wisata merupakan tempat hiburan yang dapat membuat pikiran dan tubuh menjadi *relax*, sehingga wajar apabila jumlah wisatawan nusantara di Indonesia terus mengalami peningkatan. Selain wisatawan nusantara, di Indonesia juga sering kedatangan wisatawan mancanegara atau wisatawan yang berasal dari negara lain. Wisatawan mancanegara di Indonesia juga mengalami peningkatan yang sama seperti wisatawan domestik.

Tempat wisata memiliki prospek yang besar untuk mengembangkan perekonomian di Indonesia. Jumlah wisatawan yang selalu bertambah setiap tahunnya membuat peneliti tertarik untuk meneliti salah satu tempat wisata yang dinilai memiliki faktor yang cukup besar dalam peningkatan jumlah wisatawan tersebut. Salah satu tempat wisata yang paling sering dikunjungi ketika waktu liburan maupun waktu senggang adalah *waterboom*. *Waterboom* merupakan

salah satu objek wisata air yang paling digemari anak-anak kecil, anak-anak usia muda dan bahkan hingga orang tua. Cha-Cha Water Fun merupakan salah satu *waterboom* yang terdapat di Palembang, tepatnya berada di Jl. Kolonel Wahid Udin, Sekayu. Sejak pertama dibuka yaitu pada 4 Desember 2016, Cha-Cha Water Fun mendapatkan sangat banyak tanggapan positif dari warga setempat, dikarenakan tidak terdapat tempat wisata *waterboom* di daerah tersebut. Alhasil, berdirinya Cha-Cha Water Fun menjadi suntikan objek wisata baru bagi masyarakat sekitar maupun wisatawan dari luar kota tersebut.

Harga yang ditentukan oleh Cha-Cha Water Fun untuk sekali masuk adalah sebesar Rp. 30.000 (*weekend* atau sabtu-minggu), sedangkan harga Rp. 20.000 diberlakukan untuk hari biasa (senin-jumat). Menurut hasil wawancara dengan manajer Cha-Cha Water Fun, harga tiket masuk yang telah dibayarkan diawal telah mencakup semua permainan yang ada di dalam area Cha-Cha Water Fun. Sedangkan, untuk biaya penyewaan ban pelampung, loker, dan gazebo akan dikenakan biaya tambahan. Biaya penyewaan ban adalah sebesar Rp. 10.000 / ban, Rp. 10.000 / loker dan Rp. 30.000 / gazebo. Pelampung atau ban disewakan kepada pengunjung untuk dapat digunakan di kolam arus, sehingga pengunjung dapat merasakan sensasi tidur di atas ban dan terbawa arus. Loker disediakan bagi para pengunjung untuk menyimpan barang berharga yang mereka miliki, karena selama aktifitas di area kolam renang, tidak ada yang bisa menjamin barang bawaan mereka tetap aman dan terjaga. Sedangkan untuk gazebo, terdapat 5 *spot* yang disediakan dan disewakan kepada pengunjung untuk bersantai-santai, dimana dengan menyewa gazebo pengunjung tidak akan terkena teriknya matahari dan dapat bersantai-santai.

Cha-Cha Water Fun memiliki berbagai macam jenis kolam dan wahana menarik di dalam area permainan. Kolam yang terdapat di Cha-Cha Water Fun diantara lain adalah kolam arus, kolam balita, kolam biasa dengan ketinggian 1-1.5m. Sedangkan, untuk wahana yang terdapat di Cha-Cha Water Fun diantara lain adalah *the giant bucket*, *extreme water slides*, *standart water slides*, dan *children's water slides*. Selain wahana-wahana, terdapat panggung acara yang dapat disewakan kepada pengunjung manapun untuk mengadakan sebuah acara baik acara ulang tahun, lomba *modeling* dan acara-acara lainnya. Pada lampiran A terdapat beberapa dokumentasi berupa foto-foto wahana, kolam, O'chicken, kantin dan lain-lainnya. Menurut manajer Cha-Cha Water Fun, dari beberapa

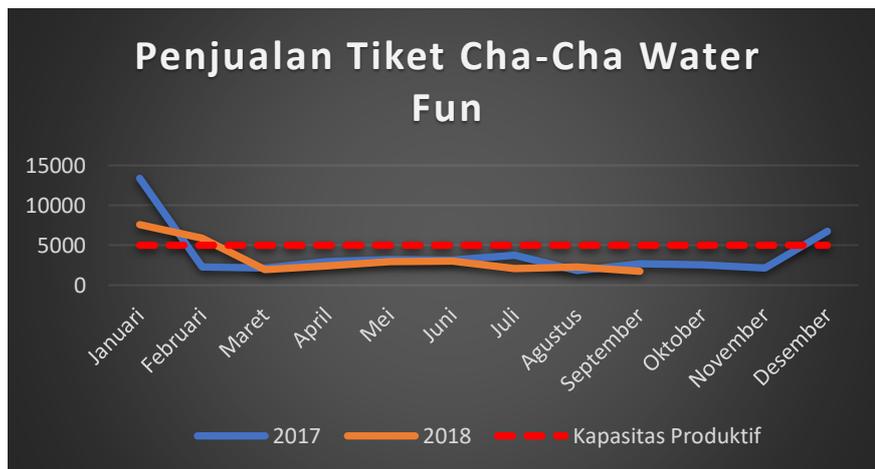
wahana tersebut yang menjadi wahana paling favorit bagi para pengunjung adalah *the giant bucket* atau ember raksasa. Wahana ini merupakan sebuah permainan yang tidak membutuhkan banyak usaha untuk bisa mencobanya, karena pengunjung hanya berdiri diam dan menunggu hingga air dari ember raksasa tumpah membasahi tubuh mereka.

Dalam langkah mendapatkan informasi-informasi terkait dengan Cha-Cha Water Fun, dilakukan wawancara dengan pihak Cha-Cha Water Fun. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer Cha-Cha Water Fun didapatkan beberapa informasi tambahan dan data historis penjualan tiket Cha-Cha Water Fun. Hasil data historis penjualan tiket menunjukkan jumlah pengunjung tiap periode yang cenderung menurun. Tabel I.1 merupakan data penjualan tiket yang dapat merepresentasikan jumlah pengunjung Cha-Cha Water Fun selama periode 2017-2018.

Tabel I.1 Data Penjualan Tiket di Cha-Cha Water Fun

| <b>Hasil Penjualan Tiket Cha-Cha Water Fun</b> |              |             |              |
|--|--------------|-------------|--------------|
|  | <b>Tahun</b> |             |              |
| <b>Bulan</b>                                   | <b>2017</b>  | <b>2018</b> | <b>Bulan</b> |
| Januari  | <b>13378</b> | <b>7584</b> | Januari      |
| Februari                                       | <b>2260</b>  | <b>5898</b> | Februari     |
| Maret  | <b>2152</b>  | <b>1923</b> | Maret        |
| April  | <b>2937</b>  | <b>2403</b> | April        |
| Mei  | <b>3248</b>  | <b>2940</b> | Mei          |
| Juni   | <b>3176</b>  | <b>2998</b> | Juni         |
| Juli   | <b>3743</b>  | <b>2089</b> | Juli         |
| Agustus  | <b>1831</b>  | <b>2257</b> | Agustus      |
| September                                      | <b>2704</b>  | <b>1743</b> | September    |
| Oktober  | <b>2525</b>  | -           | Oktober      |
| November                                       | <b>2173</b>  | -           | November     |
| Desember                                       | <b>6766</b>  | -           | Desember     |

Tabel I.1 menunjukkan hasil penjualan tiket yang berhasil terjual selama Januari 2017 sampai dengan September 2018. Penjualan tiket terbesar jatuh di bulan Januari 2017, dikarenakan bulan ini merupakan awal tahun baru dimana Cha-Cha Water Fun baru dibuka, sehingga banyak orang yang penasaran untuk mencoba tempat rekreasi *waterboom* tersebut. Penurunan penjualan tiket yang sangat drastis terjadi di awal bulan Januari 2017 menuju bulan Februari 2017. Gambar I.1 menunjukkan grafik penjualan tiket Cha-Cha Water Fun.



Gambar I.1 Grafik Penjualan Tiket Cha-Cha Water Fun

Gambar I.1 menunjukkan grafik penurunan penjualan tiket di Cha-Cha Water Fun. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer perusahaan, kapasitas produktif yang telah ditentukan oleh manajer perusahaan adalah sebanyak 5000 orang. Gambar I.1 menunjukkan hasil penjualan tiket yang masih dominan berada di bawah kapasitas produktif.

Penjualan tiket yang telah melewati kapasitas produktif merupakan kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Sebaliknya, apabila penjualan tiket selalu berada di bawah kapasitas produktif, berarti perusahaan tidak memaksimalkan kapasitas yang dimilikinya seperti sumber daya manusia yang disediakan, investasi bangunan dan lain-lainnya. Maka dari itu, berdasarkan data historis penjualan tiket yang cenderung menurun dan hasil penjualan tiket yang masih berada di bawah kapasitas produktif, tentunya dapat merugikan pihak Cha-Cha Water Fun dalam jangka waktu yang panjang. Oleh karena itu, perlu dilakukan sebuah usaha perbaikan untuk menjaga agar penjualan tiket di Cha-Cha Water Fun tetap stabil atau bahkan meningkat.

## I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada sub-bab ini akan dilakukan identifikasi semua masalah yang terdapat pada Cha-Cha Water Fun. Berdasarkan Gambar I.1, terlihat jelas bagaimana penjualan tiket Cha-Cha Water Fun yang hampir semuanya berada di bawah kapasitas produktif. Hal ini tentunya dapat menjadi perhatian khusus baik bagi manajer maupun semua pekerja yang terdapat di Cha-Cha Water Fun.

Menurut hasil wawancara bersama manajer Cha-Cha Water Fun, berbagai cara telah dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan tiket. Sejauh ini, hal yang telah dilakukan untuk mempertahankan pengunjung lama dan meningkatkan pengunjung baru adalah dengan melakukan promosi berupa harga tiket turun menjadi Rp.5000 di setiap bulan pada hari-hari spesial, misalnya hari Valentine, hari lahirnya Pancasila dan hari-hari spesial lainnya (bukan tanggal merah). Selain itu, pihak Cha-Cha Water Fun juga telah melakukan kerja sama dengan berbagai sekolah di Musi Banyuasin. Kerja sama yang dilakukan untuk mendapatkan pengunjung baru adalah dengan membagikan tiket gratis ke sekolah-sekolah. Pihak Cha-Cha Water Fun juga telah menyebarkan *flyer* dan memasang spanduk atau baliho di sekitar ruas jalan untuk menarik perhatian para pengguna jalan.

Dari upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pihak Cha-Cha Water Fun selama tahun 2016-2018. Peneliti melakukan sebuah pengamatan dan penyebaran kuesioner untuk mengetahui seberapa efektif usaha yang telah dilakukan oleh pihak Cha-Cha Water Fun. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada pengunjung Cha-Cha Water Fun, terdapat 50 orang yang menjadi responden. Dari sampel yang diambil, terdapat 78% jawaban yang menunjukkan bahwa pengunjung tersebut merupakan orang yang baru pertama kali bermain di Cha-Cha Water Fun, sedangkan 22% lainnya merupakan pengunjung yang sudah pernah bermain di Cha-Cha Water Fun.

Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa upaya yang telah dilakukan oleh Cha-Cha Water Fun cukup efektif untuk mendapatkan pengunjung baru, namun kurang efektif dalam mempertahankan pengunjung lama. Menurut Kartajaya, H (2007), seseorang yang membeli produk yang sama dua atau tiga kali maka secara otomatis telah dimasukkan kedalam kategori pelanggan yang loyal. Literatur terkait mengatakan hal yang sama yaitu pengunjung dikatakan loyal apabila melakukan pembelian produk yang sama paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu (Griffin, 2005). Maka dari itu, berdasarkan hasil studi pendahuluan dapat dikatakan bahwa pelanggan yang loyal di Cha-Cha Water Fun hanya ada 22%.

Loyalitas pelanggan menjadi penting untuk membantu peningkatan penjualan tiket di Cha-Cha Water Fun. Menurut Kotler & Keller (2009) loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen yang dipegang oleh para konsumen

dalam membeli kembali produk yang sama di masa depan meski terdapat pengaruh situasi. Loyalitas pelanggan sering kali menjadi kunci utama kesuksesan suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu mempertahankan pelanggan akan mengalami peningkatan penjualan, karena pelanggan yang lama tetap membeli produk atau jasa tersebut, sedangkan konsumen baru juga membantu peningkatan penjualan.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, dari 78% pengunjung baru, hanya 15% pengunjung baru yang mau kembali lagi untuk bermain di Cha-Cha Water Fun dan 85% lainnya menjawab tidak ingin kembali lagi. Dari hasil tersebut, menunjukkan bagaimana perusahaan tidak mampu mempertahankan pengunjung baru atau mengindikasikan pengunjung tidak loyal terhadap Cha-Cha Water Fun. Selain itu, menurut Kotler & Keller (2006) pengunjung yang mau merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain merupakan indikator pelanggan yang loyal. Dari hasil kuesioner, hanya terdapat 22% pengunjung yang mau merekomendasikan Cha-Cha Water Fun kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 22% pengunjung yang loyal terhadap Cha-Cha Water Fun dan 78% lainnya tidak loyal. Maka dari itu, untuk mencari penyebab ketidakloyalan pengunjung dilakukan sebuah pengamatan langsung dan juga penyebaran kuesioner. Tabel I.2 menunjukkan hasil rekapitulasi keluhan dari pengunjung Cha-Cha Water Fun.

Tabel I.2 Keluhan-Keluhan Pengunjung Cha-Cha Water Fun

| Jenis Keluhan                    | Frekuensi Keluhan |
|----------------------------------|-------------------|
| Layanan pekerja yang kurang baik | 10                |
| Hanya terdapat sedikit wahana    | 8                 |
| Kebersihan kurang terjaga        | 13                |
| Harga tiket mahal                | 1                 |
| Tempat tidak strategis           | 2                 |
| Wahana kurang seru               | 3                 |
| Air kolam bau                    | 2                 |
| Air bilas sering mati            | 5                 |

Tabel I.2 menunjukkan keluhan-keluhan yang diduga menjadi faktor yang mempengaruhi niat orang untuk mau kembali lagi atau tidak kembali lagi, faktor-faktor tersebut terkait tentang fasilitas, keamanan, pelayanan yang diberikan oleh *staff* atau pekerja, kemampuan yang dimiliki pekerja, ketersediaan pekerja untuk memberikan bantuan kepada pengunjung, dan perhatian atau pengarahan yang

diterima oleh pengunjung. Faktor-faktor tersebut mengindikasikan bahwa terdapat masalah pada bagian mutu layanan di Cha-Cha Water Fun.

Dari faktor-faktor yang telah disebutkan di atas, tentunya dapat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan dapat menjadi faktor apakah pengunjung tersebut akan kembali lagi atau tidak. Selain itu, berdasarkan hasil pengamatan secara langsung, terdapat tiga segmen yang diduga memiliki preferensi yang berbeda dalam kaitannya dengan loyalitas pelanggan, ketiga segmen tersebut adalah segmen orang yang lebih tertarik untuk berenang, segmen orang yang lebih tertarik untuk bermain wahana dan segmen orang yang tertarik di keduanya yaitu berenang dan bermain wahana. Pembagian segmen dilakukan untuk mengetahui dimensi apa yang ingin didahulukan oleh masing-masing segmen, sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui penyebab yang berbeda untuk loyalitas masing-masing pelanggan.

Dalam menindaklanjuti masalah-masalah yang terdapat di Cha-Cha Water Fun, maka akan dibuat sebuah model yang akan digunakan untuk menilai mutu layanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan Cha-Cha Water Fun. Terdapat beberapa model mutu layanan, di antara lain adalah *servperf*, *servqual*, *importance performance analysis*, *improvement gap analysis*, *modified importance performance analysis*, dan lain-lainnya. Pada penelitian ini, model *servqual* dipilih karena kapabilitasnya yang dapat mengukur mutu layanan secara lebih mendalam melalui perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan. Model *servqual* diterapkan dengan menggunakan 22 item yang masuk ke dalam 5 dimensi yaitu *reliability*, *assurance*, *empathy*, *responsiveness*, dan *tangible*. Dengan menggunakan 22 item tersebut dapat diketahui persepsi, harapan dan juga gap yang dihasilkan oleh pelanggan, dengan cara persepsi dikurangkan dengan harapan pelanggan. Dari gap yang dihasilkan, dapat diketahui dimensi mana yang nantinya perlu diperbaiki untuk meningkatkan mutu layanan.

Dari permasalahan-permasalahan yang telah disebutkan di atas, tentunya banyak faktor yang dapat memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan segmen yang berbeda. Maka dari itu, peneliti membuat beberapa rumusan masalah yang dapat mencari solusi perbaikan dari masalah-masalah yang telah disebutkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Cha-Cha Water Fun. Rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana tingkat mutu layanan pada ketiga segmen?

2. Bagaimana pengaruh mutu layanan terhadap loyalitas pada ketiga segmen?
3. Bagaimana usulan-usulan perbaikan dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan Cha-Cha Water Fun?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Pada sub-bab ini akan dilakukan pembatasan masalah dan juga pemberian beberapa asumsi terhadap penelitian di Cha-Cha Water Fun. Berikut merupakan pembatasan masalah beserta asumsi penelitian yang diberikan pada penelitian ini.

#### **I.3.1 Pembatasan Masalah**

Dalam suatu penelitian, perlu dilakukan pembatasan masalah agar penelitian yang dilakukan tidak terlalu luas dan dapat diteliti secara lebih spesifik dan jelas. Berikut merupakan pembatasan masalah untuk penelitian ini.

1. Responden yang memberikan informasi seputar Cha-Cha Water Fun adalah responden yang sudah pernah masuk dan bermain di Cha-Cha Water Fun.
2. Penelitian ini hanya dilakukan sampai dengan tahap usulan perbaikan pada pihak Cha-Cha Water Fun.

#### **I.3.2 Asumsi Penelitian**

Dalam suatu penelitian, beberapa asumsi perlu ditambahkan untuk mempermudah penelitian menjadi lebih sederhana atau tidak rumit. Berikut merupakan beberapa asumsi penelitian dalam penelitian ini.

1. Dalam penentuan ketiga segmen, orang yang cenderung bermain wahana termasuk ke dalam segmen wahana, orang yang cenderung berenang termasuk ke dalam segmen kolam renang saja dan orang yang cenderung bermain di wahana dan kolam renang termasuk ke dalam segmen wahana dan kolam renang.
2. Selama penelitian berlangsung, tidak terdapat perubahan dalam sistem mutu layanan.

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Pada sub-bab ini akan ditentukan tujuan dari penelitian yang dilakukan pada Cha-Cha Water Fun, berikut merupakan beberapa tujuan penelitian yang dilakukan terhadap Cha-Cha Water Fun.

1. Mengetahui preferensi atau hal yang didahulukan pelanggan dalam menilai dimensi mutu layanan pada ketiga segmen.
2. Menentukan dimensi mutu layanan yang paling berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan pada ketiga segmen.
3. Memberikan usulan perbaikan kepada pihak Cha-Cha Water Fun untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu membawa perubahan yang lebih baik kepada pihak Cha-Cha Water Fun dan juga para pembaca. Berikut merupakan manfaat penelitian bagi pihak Cha-Cha Water Fun dan juga bagi para pembaca. Manfaat penelitian bagi pihak Cha-Cha Water Fun adalah sebagai berikut.

1. Pihak internal Cha-Cha Water Fun mampu melakukan evaluasi terkait keluhan-keluhan yang disampaikan oleh para narasumber, sehingga keluhan-keluhan tersebut dapat diminimalisir atau bahkan ditiadakan.
2. Pihak Cha-Cha Water Fun juga dapat menerapkan usulan-usulan perbaikan yang diberikan oleh peneliti, sehingga diharapkan dapat terjadi peningkatan mutu layanan pada Cha-Cha Water Fun dan penjualan tiket dapat meningkat kembali.

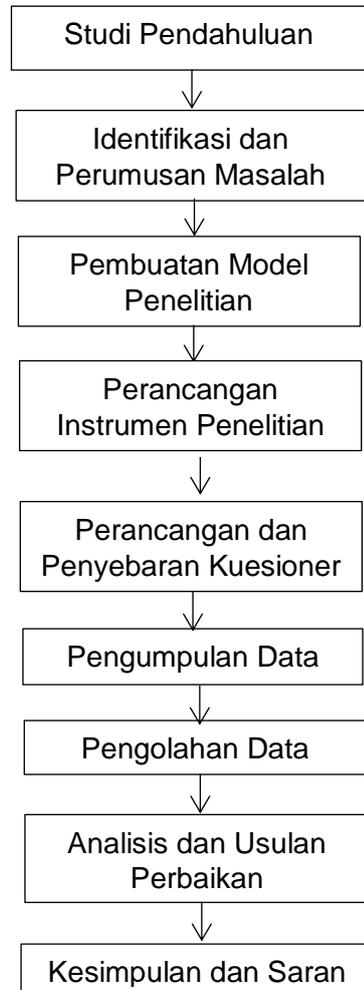
Manfaat bagi pembaca dari membaca penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pembaca dapat mengetahui beberapa usulan perbaikan yang mungkin dapat diterapkan pada jenis usaha mutu layanan lainnya.
2. Pembaca mengetahui jenis metode dan cara penggunaan metode untuk membuat suatu usulan perbaikan demi meningkatkan mutu layanan jasa.

#### **I.6 Metodologi Penelitian**

Pada sub-bab ini akan disusun sebuah metodologi penelitian, hal ini dilakukan agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan secara teratur dan

sistematis. Gambar I.2 menunjukkan langkah-langkah yang dilakukan dari awal hingga akhir penelitian ini.



Gambar I.2 *Flowchart* Langkah-Langkah Penelitian

#### 1. Studi Pendahuluan

Penelitian ini diawali dengan menentukan objek yang tepat untuk diteliti, objek yang terpilih adalah Cha-Cha Water Fun yang merupakan sebuah tempat rekreasi *waterboom*. Setelah mendapatkan objek penelitian, dilakukan peninjauan terhadap objek secara langsung untuk mengetahui masalah-masalah apa saja yang terdapat di dalam objek penelitian. Selanjutnya dilakukan studi pendahuluan, berupa pengumpulan literatur atau referensi terkait seputar topik penelitian. Referensi diambil berdasarkan jurnal dengan topik yang serupa, buku mengenai mutu layanan, buku statistika dan lain-lainnya.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Setelah melakukan studi pendahuluan, dilakukan identifikasi masalah-masalah yang terdapat pada objek penelitian, lalu kemudian membuat sebuah perumusan masalah untuk menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada objek tersebut.

3. Pembuatan Model Penelitian

Setelah merumuskan masalah pada penelitian ini, dibuat sebuah model penelitian yang mampu menjawab semua rumusan masalah. Model penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, variabel bebas pada penelitian ini adalah faktor-faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap variabel terikat, sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah tingkat loyalitas pelanggan.

4. Perancangan Instrumen Penelitian

Setelah membuat model penelitian, dilakukan penyusunan instrumen penelitian. Instrumen penelitian dibuat berdasarkan hasil studi pendahuluan dengan menggunakan literatur-literatur terkait. Dari model penelitian yang telah dibuat, dapat ditentukan atribut-atribut yang sesuai untuk masing-masing variabel. Berdasarkan atribut-atribut tiap variabel, maka dapat dibuat sebuah kuesioner untuk melihat nilai variabel berdasarkan atribut-atribut di dalamnya.

5. Perancangan dan Penyebaran Kuesioner

Dalam melakukan pengumpulan data, perlu dilakukan sebuah teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner dirancang sedemikian rupa hingga mampu menghasilkan data yang relevan untuk dikaji lebih lanjut.

6. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan teknik *sampling* untuk menentukan seberapa banyak sampel yang diambil dari populasi yang terdapat di objek penelitian, kemudian setelah mendapatkan sampel yang tepat, kuesioner disebar sejumlah sampel yang telah didapatkan untuk mendapatkan data yang diinginkan.

7. Pengolahan Data

Setelah data berhasil dikumpulkan, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk membuktikan bahwa data tersebut valid dan juga reliabel. Setelah itu,

dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode yang sesuai dengan topik penelitian.

8. Analisis Data dan Usulan Perbaikan

Berdasarkan hasil pengolahan data, akan dianalisis lebih dalam mengenai permasalahan yang terjadi pada objek penelitian dan juga dapat menjawab rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya. Selanjutnya, berdasarkan analisis, dibuat usulan-usulan perbaikan yang dapat membantu perusahaan mengatasi masalah-masalah yang sedang dihadapi.

9. Kesimpulan dan Saran

Bagian terakhir dari penelitian ini adalah membuat sebuah kesimpulan mengenai hasil yang didapatkan selama penelitian berlangsung dan memberikan saran-saran berdasarkan hasil yang didapatkan.