

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Persaingan yang begitu ketat di bidang jasa rekreasi menyebabkan setiap perusahaan harus dapat bertahan dan mengembangkan usahanya agar lebih maju. Usaha yang bergerak dibidang rekreasi khususnya rekreasi pemandian kolam renang kini mulai bermunculan dengan konsep dan target yang berbeda-beda, namun hal tersebut justru memicu persaingan antar perusahaan, dimana mereka harus benar-benar memikirkan kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen untuk dapat bersaing.

Sebagai Perusahaan yang bergerak dibidang jasa rekreasi, PT. Produk Rekreasi yang berlokasi di Yogyakarta merupakan satu-satunya perusahaan di Indonesia yang memiliki franchise dari Kids Fun Parcs yang berpusat di Belanda. PT. Produk Rekreasi membangun sebuah taman rekreasi keluarga dan kolam renang yang dilengkapi dengan water bob di atas tanah seluas 5 hektar yang berlokasi di Jl. Wonosari Yogyakarta.

Mengingat mulai munculnya beberapa pesaing di Yogyakarta maka, PT. Produk Rekreasi Perlu meningkatkan daya saing produk/ atau jasa yang dimiliki. Salah satu cara meningkatkan daya saing adalah dengan cara peningkatan kualitas pelayanan. Mengutip Bambang P, dkk (2010) dimana dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengidentifikasi variabel adalah dimensi pariwisata yang diperoleh dari variabel supply (Siplane dan

Meidy, 1994) ditambah dengan dimensi assurance (Parasuraman, dkk, 1990), yaitu : Atraksi Wisata, Fasilitas, Transportasi dan Infrastruktur, Pelayanan, Informasi dan Promosi ,Harga, Jaminan keamanan.

Kualitas pelayanan diharapkan dapat mendorong loyalitas konsumen, sehingga hal tersebut dapat pula meningkatkan incom bagi perusahaan. Jika penilaian konsumen terhadap kualitas layanan tinggi, *behavioral intentions* konsumen tersebut akan bersifat *favorable* (positif), yaitu berusaha memperkuat hubungan dengan perusahaan, misalnya : menyatakan hal positif tentang perusahaan, tetap loyal pada perusahaan, merekomendasikan perusahaan pada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik bukan hanya dilihat dari persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi konsumen terhadap penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen dalam bidang pariwisata maka, perlu dikaji lebih mendalam bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan, dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Berdasarkan latarbelakang tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen” (Studi Pada Aqua Splas Kids Fun Parcs).

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan serta berdasarkan judul maka, yang menjadi pokok permasalahan penulisan proposal ini adalah :

“Apakah persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Aqua Splas Kids Fun Parcs?”

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

“Untuk menganalisis persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Aqua Splas Kids Fun Parcs “

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### 1. Bagi Penulis

Dengan mengadakan penelitian tersebut dapat memperbandingkan antara teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada.

### 2. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran dan meningkatkan loyalitas konsumen.