

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan kehidupan masyarakat lambat laun semakin kompleks, tidak hanya mencakup sandang, pangan, dan papan atau pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Kebutuhan akan hiburan kini menjadi salah satu hal yang harus terpenuhi karena tingkat kejenuhan yang semakin meningkat. Akibat dari hal tersebut, masyarakat akhirnya mulai mencari jalan untuk melepaskan penat mereka dengan cara mencari hiburan. Menyikapi hal itu, banyak pengusaha yang menjadikan bidang pariwisata sebagai tempat untuk berinvestasi dengan cara menyediakan berbagai fasilitas hiburan. Peluang tersebut direspon dengan baik oleh para pengusaha dengan membangun tempat wisata sebagai salah satu sarana untuk melepas penat. Mereka berlomba untuk memberikan pilihan tempat wisata bagi masyarakat. Persaingan antar tempat wisata tersebut akhirnya muncul dalam menarik pengunjung. *The Legend Waterpark* Kertosono adalah salah satunya. Semakin ketatnya perkembangan dunia bisnis menjadi sebuah tantangan maupun ancaman bagi setiap pelaku bisnis atau perusahaan untuk memenangkan persaingan sehingga dapat mempertahankan pasar yang dimiliki dan merebut pasar yang sudah ada. Perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat mewujudkan tujuan perusahaan dalam jangka dekat maupun jangka panjang. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang yang

ditawarkan kepada pelanggan.<sup>1</sup> *The Legend Waterpark* merupakan area taman bermain air yang tidak hanya menyediakan tempat rekreasi namun juga edukasi. Memiliki konsep dunia purba dilengkapi dengan ornamen patung dinosaurus disekitar kolam. *The Legend Waterpark* Kertosono memberikan beragam fasilitas yang lengkap dan juga sebagai taman hiburan untuk keluarga, *The Legend Waterpark* Kertosono merupakan salah satu wisata kolam renang terbesar di Nganjuk, di antara 12 kolam renang lainnya di Kabupaten Nganjuk<sup>2</sup>

**Tabel 1.1**

**Daftar Nama Kolam Renang di Kabupaten Nganjuk**

No	Nama Kolam Renang
1	The Legend Waterpark Kertosono
2	Kweden River Park
3	Anjuk Ladang Park
4	Sri Tanjung
5	Cahyo Tirto
6	Sendang Jaya Tirta
7	Jayeng Tirta
8	Tirta Guna
9	Mulia Tirta
10	Wesi Kuning Tirta
11	Mekar Tirta
12	Tirta Indah

Sumber: Dinas Pariwisata Nganjuk (2019)

*The Legend Waterpark* Kertosono yang berfokus pada usaha dibidang air, memiliki produk unggulan yang ditawarkan pada konsumen, dimana produk yang ditawarkan adalah berupa fasilitas yang ada pada tempat wisata tersebut. Objek Wisata *The Legend Waterpark* Kertosono memiliki keunikan pada fasilitasnya salah satunya yaitu kolam ombak dan

<sup>1</sup>Tjiptono, F, (Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi, 2014), 41

<sup>2</sup> <http://www.nganjuktourism.com>. Diakses pada tanggal 23 Oktober 2019

kolam arus. Selain itu Kolam Renang *The Legend Waterpark* Kertosono memiliki konsep dunia purba dilengkapi dengan ornament patung dinosaurus di sekitar kolam. Tentunya hal ini dijadikan sebagai daya tarik bagi konsumen. Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.<sup>3</sup> Produk dalam jasa dapat berupa fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen.<sup>4</sup>

Wisata di Kabupaten Nganjuk jumlah kolam renang semakin bertambah dari tahun ke tahun. Dari berbagai jenis wisata kolam renang, terdapat 3 wisata kolam renang yang menjadi salah satu ikon “Pesona Wisata Nganjuk”, yaitu *The Legend Waterpark* Kertosono, *Kweden River Park*, *Anjuk Ladang Park*.<sup>5</sup> Berdasarkan observasi peneliti pada tanggal 30 Oktober 2019 diperoleh data sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Kotler P. dan G. Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 63

<sup>4</sup> Dikutip dari Skripsi Kiswanto, A.H, *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*, (Skripsi: Universitas Negeri Semarang)

<sup>5</sup> Wawancara di Dinas Pariwisata Nganjuk. Data diolah pada tanggal 27 Oktober 2019

**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Kolam Renang The Legend Waterpark Kertosono, Kweden River Park, Anjuk Ladang Park**

<b>Perbedaan</b>	<b>The Legend Waterpark Kertosono</b>	<b>Kweden River Park</b>	<b>Anjuk Ladang Park</b>
Wahana dan Fasilitas	14 wahana dan fasilitas: - kolam renang dan taman bermain anak - kolam ombak - kolam arus - kolam mandi bola - kolam seluncur - kolam renang dewasa - rumah hantu - bioskop 4D - kios souvenir - foodcourt - ruang medis - ruang ganti - loker - mushola	5 wahana dan fasilitas: - kolam renang anak - kolam renang dewasa - kolam pancing - pusat oleh-oleh dan souvenir - kantin	4 fasilitas dan wahana: - kolam renang anak - kolam renang dewasa - koleksi satwa - kantin
Alamat	Jl. Surabaya – Nganjuk, Kertosono	Jl. Kweden, Ngetos, Nganjuk	Jl. Anjuk Ladang – Nganjuk
Tempat parkir	Luas, memadai, teduh, ada penjaganya	Sempit, teduh, ada penjaganya	Luas, panas, ada penjaganya

Promosi	<i>Periklanan dan Promosi Penjualan : Radio, Papan Reklame, Brosur Situs Web.</i>	<i>Periklanan : Papan Reklame dan Radio, Situs Web</i>	<i>Periklanan : Papan Reklame, Radio, Situs Web</i>
Harga Tiket	Rp 35.000	Rp. 25.000	Rp. 20.000

Sumber: data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dipahami bahwa fasilitas dan wahana yang disediakan di *The Legend Waterpark* Kertosono lebih banyak dibanding lainnya yaitu berjumlah 14 fasilitas. Sedangkan di *Kweden River Park* berjumlah 5 fasilitas dan *Anjuk Ladang Park* berjumlah 4 fasilitas. Selain itu promosi di *The Legend Waterpark* Kertosono yaitu dengan periklanan dan promosi penjualan. Periklanannya melalui radio, penyebaran brosur, papan reklame dan situs web. Selain itu juga melakukan promosi penjualan secara langsung yaitu dengan kunjungan ke sekolah-sekolah. Sedangkan promosi di *Kweden River Park* dan *Anjuk Ladang Park* hanya melalui informasi dari mulut ke mulut, hubungan masyarakat dan situs web.

Selain itu lokasi di *The Legend Waterpark* Kertosono sangat strategis dan mudah dijangkau karena bertempat di Jl. Raya Surabaya-Nganjuk Kertosono, yang merupakan salah satu jalur lintas Provinsi. Sedangkan di *Kweden Liver Park* dan *Anjuk Ladang Park* berada di

tengah-tengah Kota Nganjuk. Selain itu harga tiket masuk di *The Legend Waterpark* Kertosono lebih mahal daripada lainnya dikarenakan fasilitas yang disediakan cenderung lengkap.

**Tabel 1.3**  
**Daftar Pengunjung Wisata The Legend Waterpark Kertosono Tahun 2016-2018**

No	Bulan	2016	2017	2018
1	Januari	8.250	9.870	12.700
2	Februari	2.605	3.704	5.890
3	Maret	3.534	5.332	5.897
4	April	4.432	5.865	6.854
5	Mei	-	-	-
6	Juni	10.210	13.400	18.500
7	Juli	3.427	4.564	5.987
8	Agustus	1.300	1.800	2.520
9	September	5.789	4.876	6.456
10	Oktober	4.453	5.897	6.876
11	November	4.654	6.234	7.987
12	Desember	14.300	16.200	19.700
<b>Jumlah</b>		62.954	77.742	105.257

Sumber: Data Diolah Peneliti (2019)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui daftar pengunjung wisata *The Legend Waterpark* Kertosono. Rata rata pengunjung di *The Legend Waterpark* Kertosono adalah 250/orang. Sedangkan *Kweden River Park* rata-rata jumlah pengunjungnya yaitu sebanyak 140/orang. Dan rata-rata pengunjung *Anjuk Ladang Park* yaitu sebanyak 150/orang.<sup>6</sup>

Observasi yang dilakukan peneliti mengenai alasan pemilihan wisata kolam renang *The Legend Waterpark* Kertosono sebanyak 35 responden dan berdasarkan teori Lovelock and Wright terkait dengan

---

<sup>6</sup>Wawancara di *The Legend Waterpark* Kertosono, *Kweden River Park* Dan *Anjuk Ladang Park*. Data diolah pada tanggal 30 Oktober 2019

adanya perbedaan karakteristik jasa dan barang. Bauran pemasaran produk barang hanya mencakup 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*)<sup>7</sup>

**Tabel 1.4**  
**Alasan pemilihan wisata kolam renang The Legend Waterpark Kertosono**

<b>Alasan pemilihan produk</b>	<b>Jumlah</b>
<i>Product</i> (Produk)	14
<i>Price</i> (Harga)	5
<i>Place</i> (Lokasi)	8
<i>Promotion</i> (Promosi)	8
<b>Total</b>	35

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa alasan memilih kolam renang *The Legend Waterpark* Kertosono paling tinggi adalah karena produk. Pemilihan produk paling banyak untuk observasi awal ini karena produk yang ditawarkan oleh *The Legend Waterpark* Kertosono yaitu berupa wahana dan fasilitas yang lengkap. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap produk dari *The Legend Waterpark Waterpark* Kertosono untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya pada keputusan pembelian. Dengan demikian, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pengunjung Memilih Kolam Renang (Studi pada *The Legend Waterpark* Kertosono)”**

---

<sup>7</sup> Ibid., 62-63.

**B. Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana Produk di *The Legend Waterpark* Kertosono?
- b. Bagaimana keputusan pengunjung untuk memilih kolam renang di *The Legend Waterpark* Kertosono?
- c. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pengunjung untuk memilih kolam renang di *The Legend Waterpark* Kertosono?

**C. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui produk di *The Legend Waterpark* Kertosono
- b. Untuk mengetahui keputusan pengunjung untuk memilih kolam renang di *The Legend Waterpark* Kertosono
- c. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pengunjung memilih kolam renang di *The Legend Waterpark* Kertosono

**D. Kegunaan Penelitian**

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah informasi dan menambah wawasan terhadap perkembangan ilmu ekonomi khususnya manajemen pemasaran.
2. Bagi pembaca diharapkan penelitian ini dapat menjadi pengetahuan baru tentang faktor internal yang mempengaruhi pengunjung dalam membeli tiket.
3. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk membandingkan kebenaran antara aspek teori dan praktek yang ada didalam masyarakat.



## E. Telaah Pustaka

Di dalam proposal ini juga ditambahkan telaah pustaka dari hasil penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk memperkuat pendapat peneliti dalam mengambil judul penelitian.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Anjar Hari Kiswanto tahun 2011 dengan judul skripsi “Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata *Dampo Awang Beach* Rembang”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, lokasi dan fasilitas. Dan variabel terikatnya yang digunakan adalah keputusan berkunjung. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah berdasarkan hasil penelitian harga, lokasi dan fasilitas secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pengunjung

Perbedaan dengan peneliti sekarang terletak pada variabel bebas dan objek penelitian. Jika dalam penelitian terdahulu menggunakan harga, dan lokasi dan fasilitas maka pada peneliti sekarang menggunakan variabel bebas produk. Selain itu objeknya juga berbeda, yaitu peneliti terdahulu memilih di objek Wisata *Dampo Awang Beach* Rembang, sedangkan peneliti sekarang memilih objek di *The Legend Waterpark* Kertosono.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Nurkhasanah (2013) dari STAIN Kediri dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Biro Penyelenggara Haji dan Umroh”. dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang cukup

signifikan terhadap minat beli sebesar 71,4%. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian sekarang yaitu variabel Y nya adalah keputusan pembelian dan variabel X nya Produk selain itu yang membedakan yaitu objek yang diliti oleh peneliti sebelumnya adalah di Biro Penyelenggara Haji dan Umroh. Sedangkan penelitian sekarang adalah di *The Legend Waterpark* Kertosono.

3. Penelitian oleh Agus Susanto (Universitas Negeri Semarang, 2013) dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati Demak”. Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh promosi, harga dan inovasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian batik tulis Karangmlati Demak. Berdasarkan hasil uji parsial yang dilakukan dapat dilihat bahwa promosi, harga dan inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis Karangmlati Demak. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang terletak pada Salah satu variabel bebas, yaitu produk dan juga variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Perbedaan dengan peneliti sekarang terletak pada variabel bebas dan objek penelitian. Jika dalam penelitian terdahulu menggunakan promosi, harga dan inovasi produk, maka pada peneliti sekarang menggunakan variabel bebas produk. Selain itu objeknya juga berbeda, yaitu peneliti terdahulu memilih batik tulis Karangmlati Demak sedangkan peneliti sekarang memilih objek di *The Legend Waterpark* Kertosono.

## F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara dari suatu masalah penelitian yang harus dijawab secara nyata melalui penelitian yaitu mencari bukti-bukti yang mampu membenarkan hipotesis penelitian. Ada dua jenis hipotesis penelitian yaitu:

a. Hipotesis Alternatif yang disingkat  $H_a$

Produk berpengaruh dalam keputusan pembelian di *The Legend Waterpark Kertosono*

b. Hipotesis Nol yang disingkat  $H_0$

Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *The Legend Waterpark Kertosono*