

ABSTRAK

Water Splash Tasikmalaya adalah salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang wisata air berupa arena rekreasi keluarga yaitu *Water Park*. Letak Water Splash Tasikmalaya adalah di jalan Brigjen. Wasita Kusuma, Kecamatan Indihiang, Tasikmalaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ir. John Santoso., MM. diketahui bahwa Water Splash mengalami penurunan sebesar 30%-50% dari tahun 2009-2010.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dan usulan yang cocok untuk Water Splash Tasikmalaya dengan memperhatikan motivasi dan gaya hidup dari konsumen Water Splash Tasikmalaya dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara dengan pemilik Water Splash Tasikmalaya dan penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan model bauran pemasaran 7P. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan dua tahap. Pertama adalah penyebaran kuesioner pendahuluan yang bertujuan mencari atribut yang dianggap penting sebanyak 40 buah. Penyebaran kedua adalah penyebaran kuesioner penelitian yang terdiri dari 3 bagian dimana bagian pertama berisi profil pengunjung dan perilaku konsumen yang akan digunakan untuk menentukan *segmentation, targeting, positioning* (STP), bagian kedua berisi tingkat kepuasan dan kepentingan yang digunakan untuk mengetahui perbandingan kepuasan pelanggan terhadap Water Splash dan Tee Jay sebagai pesaing serta untuk mengetahui prioritas perbaikan yang dilakukan. Bagian ketiga berisi kuesioner gaya hidup berdasarkan penelitian Lowe Indonesia.

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA), statistik deskriptif, dan pengujian perbedaan dua buah rata-rata. Usulan yang menjadi target pasar dari Water Splash Tasikmalaya adalah pria dan wanita yang sudah berkeluarga, usia antara 25-50 tahun dan tingkat ekonomi menengah kebawah. Berdasarkan hasil *Importance-Performance Analysis* (IPA) diketahui atribut yang menjadi prioritas perbaikan utama yaitu jumlah variasi wahana permainan air, kejernihan air, terdapat lahan hijau, lokasi mudah terjangkau oleh kendaraan umum dan harga sewa perlengkapan sesuai kualitas. Dari pengujian perbedaan dua rata-rata diketahui atribut yang Water Splash unggul adalah debit air untuk bilas, harga makanan wajar, jumlah kamar mandi, kebersihan tempat makan, waktu antri tiket masuk. Sedangkan dari analisis gaya hidup diketahui bahwa pelanggan Water Splash termasuk ke dalam kelompok *Confident Establish* dan *Optimistic Domestic Goddess* dan motivasi para pengunjung adalah untuk menghabiskan waktu bersama keluarga.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-2
1.3. Pembatasan Masalah.....	1-3
1.4. Perumusan Masalah	1-3
1.5. Tujuan Penelitian	1-4
1.6. Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Konsep dan Perkembangan Jasa	2-1
2.1.1. Perkembangan Bisnis Jasa.....	2-1
2.1.2. Konsep dan Pengertian Jasa.....	2-2
2.1.3. Klasifikasi Jasa.....	2-3
2.1.4. Karakteristik Jasa.....	2-7
2.1.5. Macam-macam Jasa.....	2-8
2.2. Segmentation, Targeting, Positioning	2-8
2.2.1 Segmentation.....	2-8
2.2.1.1. Definisi Segmentasi Pasar.....	2-8
2.2.1.2. Tujuan Melakukan Segmentasi Pasar.....	2-10
2.2.1.3. Prosedur Melakukan Segmentasi Pasar.....	2-12
2.2.2. Targeting.....	2-13
2.2.3. Positioning.....	2-14

2.2.3.1. Definisi Positioning.....	2-14
2.2.3.2. Strategi Positioning.....	2-15
2.3. Konsep Bauran Pemasaran	2-17
2.4. Perilaku Konsumen	2-21
2.4.1. Definisi Konsumen	2-21
2.4.2. Definisi Perilaku Konsumen	2-22
2.4.3. Model Keputusan Konsumen	2-24
2.4.4. Motivasi dan Kebutuhan	2-26
2.4.5. Gaya Hidup	2-29
2.4.6. Karakteristik Demografi, Ekonomi dan Sosial Konsumen..	2-36
2.5. Teknik Pengumpulan Data	2-38
2.6. Teknik Sampling	2-40
2.7. Penentuan Jumlah Sampel	2-42
2.8. Skala Pengukuran	2-44
2.9. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	2-48
2.9.1. Uji Validitas Kuesioner	2-48
2.9.2. Uji Reliabilitas Kuesioner	2-51
2.10. Kepuasan Pelanggan	2-52
2.11. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-54
2.12. Uji Perbedaan Dua Rata-rata	2-59

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penelitian Pendahuluan	3-5
3.2. Identifikasi Masalah	3-5
3.3. Pembatasan Masalah	3-6
3.4. Perumusan Masalah	3-6
3.5. Penentuan Tujuan Penelitian	3-7
3.6. Melakukan Studi Pustaka	3-7
3.7. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	3-8
3.8. Pengujian Validitas Konstruksi	3-10

3.9. Penentuan Jumlah Sampel, Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-10
dan Pengumpulan Data Pendahuluan	3-11
3.10. Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.11. Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-12
3.12. Revisi Kuesioner Penelitian	3-12
3.13. Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-12
3.14. Pengujian Validitas Instrument	3-13
3.15. Pengujian Reliabilitas Instrument	3-14
3.16. Pengolahan Data	3-15
3.17. Analisis	3-16
3.18. Usulan	3-16
3.19. Kesimpulan dan Saran	

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1. Sejarah Singkat Water Splash Tasikmalaya	4-1
4.1.2. Visi dan Misi	4-3
4.1.3. Struktur Organisasi	4-4
4.1.4. Wahana Permainan	4-29
4.2. Penyusunan Kuesioner dan Pengumpulan Data Pendahuluan	4-32
4.2.1. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	4-32
4.2.2. Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-34
4.2.3. Identifikasi Variabel Pendahuluan	4-38
4.3. Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian	4-39

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2. Kuesioner Penelitian.....	5-6
5.2.1. Kuesioner Penelitian Bagian Pertama	5-6
5.2.2. Kuesioner Penelitian Bagian Kedua	5-20
5.2.2.1. Pengujian Validitas Data	5-21

5.2.2.2. Pengujian Reliabilitas Data	5-27
5.2.2.3. Perbandingan Dengan Pesaing	5-28
5.2.3. Kuesioner Penelitian Bagian Ketiga	5-36
5.4. Segmentasi, Targeting dan Positioning	5-41
5.4.1. Segmentasi	5-41
5.4.2. Targeting	5-42
5.4.3. Positioning	5-44
5.5. Analisis Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup	5-44
5.6. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-46
5.6.1. Prioritas Perbaikan Pertama	5-53
5.6.2. Prioritas Perbaikan Kedua	5-57
5.6.3. Prioritas Perbaikan Ketiga	5-61
5.6.4. Prioritas Perbaikan Keempat	5-67
5.6.5. Prioritas Perbaikan Kelima	5-70
5.6.6. Prioritas Perbaikan Keenam	5-71
5.6.7. Prioritas Perbaikan Kedelapan	5-73

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	6-1
6.2. Saran	6-8

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%	2-42
3.1	Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.2	Prioritas Perbaikan Berdasarkan Kuadran IPA	3-15
4.1	Atribut Pertanyaan 7P Kuesioner Pendahuluan	4-32
4.2	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan Pertanyaan 1	4-34
4.3	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan Pertanyaan 2	4-35
4.4	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan Bagian 2	4-36
4.5	Atribut yang Terpilih dari Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-38
4.6	Ringkasan Berdasarkan Jenis Kelamin	4-40
4.7	Ringkasan Berdasarkan Status Pernikahan	4-40
4.8	Ringkasan Berdasarkan Jumlah Anak	4-41
4.9	Ringkasan Berdasarkan Usia	4-41
4.10	Ringkasan Berdasarkan Pekerjaan	4-42
4.11	Ringkasan Berdasarkan Penghasilan	4-42
4.12	Ringkasan Berdasarkan Uang Saku	4-43
4.13	Ringkasan Berdasarkan Pengambil Keputusan	4-43
4.14	Ringkasan Berdasarkan Pengatur Keuangan	4-44
4.15	Ringkasan Berdasarkan Jumlah Kartu Kredit	4-44
4.16	Ringkasan Berdasarkan Orang yang Menemani	4-44

Tabel	Judul	Halaman
4.17	Ringkasan Berdasarkan Media Promosi yang Membuat Datang	4-45
4.18	Ringkasan Berdasarkan Lokasi Tempat Tinggal	4-45
4.19	Ringkasan Berdasarkan Hari Berkunjung	4-46
4.20	Ringkasan Berdasarkan Waktu Berkunjung	4-47
4.21	Ringkasan Berdasarkan Tujuan	4-47
4.22	Ringkasan Berdasarkan Dampak Promosi	4-47
4.23	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian Dua untuk Kepuasan	4-48
4.24	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian Dua untuk Kepentingan	4-49
4.25	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian Tiga (Kepribadian)	4-50
5.1	Water Park yang Sering Dikunjungi	5-1
5.2	Water Park yang dianggap terbaik saat ini	5-2
5.3	Tabel tingkat kepentingan tiap atribut	5-3
5.4	Atribut yang Tidak Terpilih	5-4
5.5	Atribut yang Terpilih	5-5
5.6	Persentase Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	5-6
5.7	Persentase Kuesioner Berdasarkan Status Pernikahan	5-7
5.8	Persentase Kuesioner Berdasarkan Jumlah Anak	5-8
5.9	Persentase Kuesioner Berdasarkan Usia	5-8
5.10	Persentase Kuesioner Berdasarkan Pekerjaan	5-9
5.11	Persentase Kuesioner Berdasarkan Penghasilan Keluarga	5-10
5.12	Persentase Kuesioner Berdasarkan Uang Saku	5-11

Tabel	Judul			Halaman
5.13	Persentase Keputusan	Kuesioner Berdasarkan	Pengambil	5-12
5.14	Persentase Keuangan	Kuesioner Berdasarkan	Pengelola	5-13
5.15	Persentase Kredit	Kuesioner Berdasarkan	Jumlah Kartu	5-13
5.16	Persentase Kuesioner Berdasarkan	Orang yang Diajak		5-14
5.17	Persentase Kuesioner Berdasarkan	Lokasi Tempat	Tinggal	5-15
5.18	Persentase Kuesioner Berdasarkan	Sarana Promosi		5-16
5.19	Persentase Kuesioner Berdasarkan	Hari Berkunjung		5-17
5.20	Persentase Kuesioner Berdasarkan	Waktu Berkunjung		5-18
5.21	Persentase Kuesioner Berdasarkan	Tujuan		5-19
5.22	Persentase Kuesioner Berdasarkan	Dampak <i>Flyer</i>	Promosi	5-20
5.23	Uji Validitas Kepuasan Water Splash	Tasikmalaya		5-22
5.24	Atribut Kepuasan Water Splash	Tasikmalaya yang Tidak Valid		5-23
5.25	Uji Validitas Kepuasan Tee Jay	Tasikmalaya		5-24
5.26	Atribut Kepuasan Tee Jay	Tasikmalaya yang Tidak Valid		5-25
5.27	Uji Validitas Tingkat Kepentingan			5-25
5.28	Atribut Tingkat Kepentingan yang Tidak Valid			5-26
5.29	Pembobotan Water Splash	Tasikmalaya dengan Tee Jay	Tasikmalaya	5-28
5.30	Posisi Water Splash	Tasikmalaya Dibandingkan dengan Tee Jay	Tasikmalaya	5-30

Tabel	Judul	Halaman
5.31	Atribut yang Water Splash Tasikmalaya Kalah	5-34
5.32	Atribut yang Water Splash Tasikmalaya Unggul	5-35
5.33	Ringkasan Gaya Hidup	5-37
5.34	Segmentasi	5-41
5.35	Target Pasar	5-42
5.36	Rata-rata Kepuasan dan Kepentingan	5-46
5.37	Atribut yang Termasuk ke Dalam Kuadran I	5-49
5.38	Atribut yang Termasuk ke Dalam Kuadran II	5-49
5.39	Atribut yang Termasuk ke Dalam Kuadran III	5-50
5.40	Atribut yang Termasuk ke Dalam Kuadran IV	5-51
5.41	Prioritas Perbaikan Berdasarkan Kuadran IPA	5-51
5.42	Prioritas Perbaikan Atribut Berdasarkan Kuadran IPA	5-52
5.43	Prioritas Perbaikan Untuk Posisi Kalah pada Atribut Kuadran 1	5-54
5.44	Prioritas Perbaikan Untuk Posisi Kalah pada Atribut Kuadran 3	5-57
5.45	Prioritas Perbaikan Untuk Posisi Kalah pada Atribut Kuadran 2	5-61
5.46	Prioritas Perbaikan Untuk Posisi Kalah pada Atribut Kuadran 4	5-67
5.47	Prioritas Perbaikan Untuk Posisi Unggul pada Atribut Kuadran 3	5-70
5.48	Prioritas Perbaikan Untuk Posisi Unggul pada Atribut Kuadran 2	5-71
5.49	Prioritas Perbaikan Untuk Posisi Unggul pada Atribut Kuadran 4	5-73
6.1	Tabel Usulan Perbaikan	6-6

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Keputusan Konsumen	2-25
2.2	Model Motivasi	2-28
2.3	Perilaku Konsumen Menurut Lowe Indonesia	2-35
2.4	Teknik Sampling	2-40
2.5	Konsep Kepuasan Pelanggan	2-55
2.5	<i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran	2-54
2.6	Uji Perbedaan Dua Rata-rata	2-59
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-3
3.4	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-4
3.5	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-5
4.1	Struktur Organisasi Water Splash Tasikmalaya	4-4
4.2	Struktur Organisasi Water Splash Tasikmalaya (lanjutan)	4-5
5.1	<i>Pie-Chart</i> Water Park yang Sering Dikunjungi	5-2
5.2	<i>Pie-Chart</i> Water Park yang dianggap terbaik saat ini	5-3
5.3	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-7
5.4	<i>Pie Chart</i> Status Pernikahan	5-7
5.5	<i>Pie Chart</i> Jumlah Anak	5-8
5.6	<i>Pie Chart</i> Usia	5-9
5.7	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-10
5.8	<i>Pie Chart</i> Penghasilan Keluarga	5-10
5.9	<i>Pie Chart</i> Uang Saku	5-11
5.10	<i>Pie Chart</i> Pengambil Keputusan	5-12

Gambar	Judul	Halaman
5.11	<i>Pie Chart</i> Pengelola Keuangan	5-13
5.12	<i>Pie Chart</i> Jumlah Kartu Kredit	5-14
5.13	<i>Pie Chart</i> Orang Yang Diajak ke Water Park	5-14
5.14	<i>Pie Chart</i> Lokasi Tempat Tinggal	5-16
5.15	<i>Pie Chart</i> Sarana Promosi	5-17
5.16	<i>Pie Chart</i> Hari Berkunjung	5-18
5.17	<i>Pie Chart</i> Waktu Berkunjung	5-18
5.18	<i>Pie Chart</i> Tujuan	5-19
5.19	<i>Pie Chart</i> Dampak <i>Flyer</i> Promosi	5-20
5.20	<i>Pie Chart</i> Gaya Hidup	5-37
5.21	Matrix IPA	5-48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Validasi Konstruksi	L-1
1	Kuesioner Pendahuluan	L-4
1	Kuesioner Penelitian	L-7
2	Data Mentah Pendahuluan	L-14
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Kepuasan Water Splash Tasikmalaya)	L-15
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Kepuasan Tee Jay Water Park)	L-25
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Tingkat Kepentingan)	L-33
3	Tabel R	L-41
3	Tabel Z	L-42
4	Validasi Kepuasan Water Splash	L-43
4	Validasi Kepuasan Tee Jay	L-44
4	Validasi Tingkat Kepentingan	L-46
4	Reliabilitas Water Splash	L-48
4	Reliabilitas Tee Jay	L-48
4	Realibilitas Tingkat Kepentingan	L-48