

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Bumi dan isinya saat ini berada di fase yang sedang berkembang, begitupun Indonesia. Indonesia yang dijuluki "*the biggest archipelago county in the world*", terhitung dari Sabang sampai dengan Merauke Indonesia tercatat memiliki sebanyak 17.504 pulau, Indonesia juga memiliki budaya dan suku yang berbeda dalam wilayah-wilayah tertentu dengan terbukti akan banyaknya peninggalan sejarah dan adat budaya yang berkembang dalam kehidupan masyarakat.

Kepulauan Riau atau biasa disebut dengan Kepri ialah suatu daerah yang memiliki otonomi wilayahnya sendiri atau provinsi. Daerah tersebut menyimpan sumber daya, kekayaan alam dan kekayaan budaya yang berlimpah serta pariwisata yang banyak dan beranekaragam. Dengan beragam dan banyaknya kearifan lokal tersebut dapat menjadi sumber pendapatan untuk masyarakat setempat bahkan menjadi sumber penghasilan yang memberikan keuntungan bagi negara (Karlina, 2019).

Batam ialah Kota yang berada di Kepulauan Riau dan yang mana berbentuk pulau. Letak strategisnya menjadikannya sebagai rute pelayaran serta perniagaan internasional (Purwanti, 2016). Batam berdekatan sekali dengan negara tetangga. Jalur pelayaran Internasional inilah yang menjadikan Batam memiliki potensi yang besar dan bisa menjadi destinasi wisata yang bagus dan menjanjikan. Tentu saja tempat pariwisata yang mempunyai banyak daya tarik untuk para wisatawan

memutuskan untuk berkunjung harus memiliki tempat rekreasi atau tempat bermain yang besar agar para wisatawan dapat menghabiskan waktunya untuk berlibur atau berekreasi bersama teman maupun keluarga.

Advertensi (Promosi) ialah komponen *marketing mix* korporasi yang dipergunakan dalam pemberitahuan, pembujukan, pengajakan dan pengingat terkait suatu barang atau jasa dalam sebuah korporasi (Vesilia & Realize, 2018). Advertensi ialah komponen esensial. Promosi ialah salah satu sacara efektif untuk memperkenalkan produk barang atau jasa sebuah korporasi kepada masyarakat ataupun wisatawan. Promosi yang disampaikan dengan baik kepada pelanggan dapat menghasilkan sesuatu yang baik misalnya dapat meningkatkan volume penjualan suatu barang atau produk.

Fasilitas memiliki andil penting ketika menarik minat pembeli, fasilitas ialah suatu hal yang secara sadar disediakan korporasi nantinya dipergunakan dan saat proses pembelian barang atau jasa (Wenas, 2016). fasilitas ialah usaha menyediakan peralatan berwujud yang mempermudah pembeli agar keperluan pembeli terpenuhi, sarana yang lengkap dan memadai tentu akan dapat memenuhi keinginan konsumen dan hal tersebut bisa dipertimbangkan sebagai alasan untuk berkunjung ke korporasi jasa tersebut.

Kualitas pelayanan ialah segala perbuatan dan aktivitas yang ditawarkan satu individu ke individu lain. Secara umum, kualitas pelayanan itu tak berbentuk fisik dan tak membentuk hak kepunyaan. Kualitas pelayanan ialah unsur esensial pada korporasi jasa yang mengukur seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan korporasi kepada konsumen. semakin tinggi kemauan dan keinginan pelanggan

untuk membayar lebih, semakin baik pula kualitas pelayanan yang korporasi berikan(Sakyi, 2020).

Waterpark Top 100 Batu Aji ialah objek wisata di Kota Batam dan waterpark Paling luas di Batam. Waterpark Top 100 Batu Aji yang dikelola oleh Mall Top 100 Batu Aji ini ialah sebuah objek wisata permainan air yang mempunyai daya tarik wisata dengan berbagai macam wahana air. Wahana yang dapat dinikmati pengunjung diantaranya Kolam tanding dewasa dengan kedalaman 1,2 m, Kolam tanding anak dengan kedalaman 70 cm, Kolam arus dengan kedalaman 1,2 m, berbagai macam seluncuran anak-anak dengan kedalaman 70 cm, seluncuran super bowl yang mendarat dikolam arus dan seluncuran 3 warna yang diminati pengunjung lokal maupun wisatawan yang mendarat di kolam arus dengan kedalaman 1,2 m.

Waterpark Top 100 Batu Aji juga menyediakan fasilitas seperti kunci loker dan penyewaan pelampung ialah fasilitas yang dikenakan biaya tambahan, disana juga menyediakan fasilitas yang tidak berbayar seperti toilet umum, ruang bilas dan musholah. Harga tiket untuk masuk ke objek wisata Waterpark Top 100 Batu Aji ialah Rp 35.000/orang untuk hari senin-jum'at (*weekdays*) dan Rp 55.000/orang untuk hari sabtu-minggu (*weekend*) dan libur nasional.

Tabel 1.1Laporan Pengunjung Waterpark priode 2015-2019

Tahun	Jumlah pengunjung
2015	269.957
2016	224.915
2017	207.333
2018	198.437
2019	211.117
2020 Jan-Sep	38.429

Sumber Data: Waterpark Top 100 Batu Aji

Mengacu pada tabel, bisa dilihat di tahun 2020 tersebut pengunjung Waterpark Top 100 Batu Aji masih menurun drastis akibat Pandemi Corona. Sebelumnya tahun 2015 mencapai 269.957 pengunjung namun pada tahun 2020 hanya ada 38.429 pengunjung tentunya Pandemi Corona ini memiliki dampak yang sangat besar terhadap kunjungan pengunjung ke Waterpark. Dikarenakan Pandemi Corona ini sangat cepat dalam penyebaran virusnya sehingga pengunjung tidak berani dan merasa khawatir untuk berkunjung ke Waterpark Top 100.

Waterpark sering melakukan promosi booklet untuk pelanggan yang sering ke waterpark dan juga untuk menarik perhatian calon pelanggan untuk menggunakan jasa tersebut, namun penjualan booklet semakin tahun semakin menurun. Pengunjung juga sering protes tentang air toilet yang mengalirnya lambat/tidak jalan saat ramai yang mengakibatkan para pengunjung mengalami kesulitan untuk membilas badan setelah berenang. Selain itu keramik yang ada dalam kolam sering pecah namun tentu pihak waterpark ada melakukan pengecekan tetapi banyak pengunjung yang tidak memperhatikan hal tersebut dan sehingga mengakibatkan kecelakaan sehingga menyebabkan keraguan pengunjung untuk mengunjungi waterpark tersebut.

Berdasarkan pemaparan penjelasan sebelumnya, peneliti melakukan kajian yang judulnya ialah : **“FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA WATERPARK TOP 100 BATU AJI”**

1.2. Identifikasi Masalah

1. Pengunjung pada Waterpark Top 100 terus menurun dari tahun ke tahun .
2. Promosi booklet yang ditawarkan waterpark semakin menurun dalam beberapa tahun terakhir.
3. pengunjung sering mengeluh pada saat keramaian air dalam toilet yang mengalirnya lambat atau kadang tidak jalan.
4. Keramik yang ada didalam kolam pecah sering mengakibatkan beberapa pengunjung mengakibatkan kecelakaan.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah kajian ini diantaranya:

1. Penelitian tersebut dilakukan hanya berkait dengan promosi, fasilitas, kualitas pelayanan, dan keputusan berkunjung.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada waterpark top 100 Batu Aji.

1.4. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang serta identifikasi masalah, rumusan masalahnya ialah:

1. Apakah promosi secara parsial memengaruhi signifikan terhadap keputusan berkunjung di Waterpark TOP 100 Batu Aji?
2. Apakah fasilitas secara parsial memengaruhi signifikan terhadap keputusan berkunjung di Waterpark TOP 100 Batu Aji?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial memengaruhi signifikan terhadap

keputusan berkunjung di Waterpark TOP 100 Batu Aji?

4. Apakah promosi, fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Waterpark TOP 100 Batu Aji?

1.5. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah, tujuan penelitiannya ialah:

1. Untuk menguji dampak promosi secara parsial berpengaruh signifikan pada keputusan berkunjung di Waterpark TOP 100 Batu Aji.
2. Untuk menguji dampak fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan pada keputusan berkunjung di Waterpark TOP 100 Batu Aji.
3. Untuk menguji dampak kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan pada keputusan berkunjung di Waterpark TOP 100 Batu Aji.
4. Untuk menguji dampak promosi, fasilitas, kualitas layanan secara bersamaan berpengaruh signifikan pada keputusan berkunjung di Waterpark TOP 100 Batu Aji.

1.6. Manfaat penelitian

Kajian ini diharapkan bermanfaat untuk banyak pihak, manfaat yang diharapkan ialah:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap dari hasil kajiannya bisa menambah ilmu, pengetahuan serta sebagai pustaka acuan bagi analisa ilmu, khususnya yang berhubungan dengan jurusan manajemen maupun prodi manajemen bisnis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas Putera Batam

Kajian diharapkan bisa memperkaya koleksi bacaan dan referensi perpustakaan di Universitas Putera Batam terkait materi keputusan berkunjung dan manajemen bisnis.

b. Bagi Korporasi

Pengkaji berharap bisa menyumbangkan saran dan informasi untuk Waterpark agar meningkatkan perhatiannya pada aspek esensial yang memengaruhi niatan konsumen untuk berkunjung ke Waterparknya, serta kajian ini diharapkan bisa sebagai bahan yang dipertimbangkan saat penentuan kebijakan pemasaran di masa depan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kajian ini diekspektasikan bisa berguna sebagai suatu bahan untuk mengenal tentang Waterpark untuk menambah wawasan yang relevan terkait kajian tersebut.