

# BAB 1. PENDAHULUAN

## 1.1 *Latar Belakang*

Indonesia merupakan negara yang memiliki sektor bisnis dengan jangkauan cukup luas seperti, pertanian, perikanan, pertambangan bahkan pariwisata. Indonesia memiliki tempat tersendiri dihati wisatawan, hal ini dikarenakan banyaknya wisata yang ada di Indonesia, hampir setiap pulau, provinsi bahkan kabupaten yang memiliki sektor pariwisata, sehingga memunculkan peluang usaha baru di sektor pariwisata.



Gambar 1. 1 Flowchart kunjungan wisatawan ke wisata Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia

Flowchart kunjungan wisatawan ke wisata Indonesia menunjukkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara dan nusantara mengalami peningkatan yang cukup drastis pada tahun 2023 ke tahun 2024 yakni meningkat 9,77%, menunjukkan bahwa sektor pariwisata Indonesia memiliki banyak peminat. Jawa timur adalah provinsi tujuan utama wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara dengan total akumulasi 205.069.879 kali kunjungan per oktober 2024.

Sektor pariwisata dibagi menjadi 2, sektor pariwisata alam dan sektor pariwisata buatan. Wisata alam, merujuk pada destinasi yang terbentuk tanpa campur tangan manusia seperti, gunung, pantai, air terjun, umumnya diminati oleh pecinta alam, fotografer alam dan wisatawan perkotaan. Wisata buatan, merupakan destinasi yang dikembangkan oleh manusia dengan tujuan bisnis rekreasi seperti, *waterpark*, museum interaktif, taman bermain wahana, wisata ini biasanya diminati oleh keluarga, anak-anak, wisata ini ramah bagi anak karena tidak memiliki banyak resiko seperti wisata alam.

Jember adalah kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur dengan berbagai wisata yang dimiliki. Tahun 2024 wisatawan yang datang ke Kabupaten Jember mencapai 733.877. Berikut adalah beberapa wisata yang diminati oleh wisatawan saat datang ke Jember.

Tabel 1.1 Daftar Wisata di Kabupaten Jember

Destinasi Wisata Kabupaten Jember		
No	Alam	Buatan
1	Pantai Papuma	Jember Mini Zoo
2	Gunung Argopuro	Tiny Town Sensory Park
3	Bukit Rembangan	Tiara Park Waterboom
4	Gunung Gumaritir	Cempaka Indoor Waterpark
5	Pantai Bandealit	Dira Park
6	Pantai Payangan	Niagara Park Ambulu
7	Pantai Watu Ulo	Kolam Renang Green Hill
8	Teluk Love	Kolam Renang Arsa
9	Air Terjun Tancal	Kolam Renang Dira Balung
10	Air Terjun Rengganis	Museum Tembakau
11	Pantai Nanggelan	
12	Kebun The Gunung Gambir	

Sumber : Traveloka.com

Bisnis pariwisata bergantung dengan konsep pemasaran yang mempengaruhi emosi pelanggan. Salah satu konsep pemasaran yang tepat adalah konsep *Experiential Marketing* yang merupakan konsep strategis perubahan *marketing* dengan perpindahan konsep *functional* kepada *experience*. *Experiential Marketing* berguna untuk mempengaruhi reputasi citra merk, meningkatkan

inovasi, dan menciptakan pelanggan dengan loyalitas yang tinggi (Harjadi & Arraniri, 2021).

Salah satu bisnis yang menerapkan *Experiential Marketing*, yakni Arsa kolam renang yang terletak di Kabupaten Jember, tepatnya di Kecamatan Puger. Kolam renang Arsa berdiri sejak tahun 2016, bisnis ini merupakan bisnis *start up* dimana pada walnya hanya memiliki satu kolam renang dengan spesifikasi ukuran untuk remaja, namun seiring berjalananya waktu dan meningkatnya peminat, kolam renang Arsa memiliki 3 ukuran kolam renang, yang disesuaikan dengan pengunjung, yakni kolam anak, kolam remaja dan kolam dewasa. Bisnis *start up* kolam renang Arsa memiliki banyak tantangan, dimana banyak wisata kolam renang dengan fasilitas lebih baik sehingga hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pemilik bisnis untuk melakukan *grow up* baik fasilitas, keamanan dan kenyamanan pelanggan.

Alasan memilih judul ini untuk menganalisis mengapa pelanggan kolam renang Arsa teap atau pernah mengunjungi wisata kolam renang Arsa yang dinilai kurang dalam segi keamanan dan keselamatan namun kapasitas pelanggan pada wisata tersebut tidak mengalami penurunan kapasitas pelanggan akan tetapi menciptakan loyalitas pelanggan sehingga peneliti menarik judul “Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kolam Renang Arsa di Kabupaten Jember”. Ada lima variabel didalam *Experiential Marketing* yaitu : *Sense, Feel, Think, Act, dan Relate*.

## 1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah variabel *Sense*, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember?
- b. Apakah variabel *Feel*, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember?
- c. Apakah variabel *think*, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember?
- d. Apakah variabel *act*, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember?

- e. Apakah variabel *relate*, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember?
- f. Apakah variabel *Sense, Feel, think, act, relate*, berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah pernyataan yang menggambarkan maksud atau hasil yang ingin dicapai dalam suatu penelitian..

- a. Menguji dan menganalisis pengaruh *sense*, terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember .
- b. Menguji dan menganalisis pengaruh *feel*, terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember.
- c. Menguji dan menganalisis pengaruh *think*, terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember.
- d. Menguji dan menganalisis pengaruh *act*, terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember.
- e. Menguji dan menganalisis pengaruh *relate*, terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember.
- f. Menguji dan menganalisis pengaruh *sense, feel, think, act, relate*, secara simultan atau serempak terhadap loyalitas pelanggan di kolam renang Arsa di Kabupaten Jember.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan. Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan  
Manfaat penelitian ini bagi perusahaan untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi loyalitas pelanggan bagi perusahaan tersebut
- b. Bagi Akademis  
Manfaat penelitian bagi akademis untuk memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya tentang *Experiential*

*Marketing.*

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan refrensi dan kontribusi kepada pihak yang akan melakukan penelitian khususnya tentang *Experiential Marketing* dan loyalitas pelanggan