

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam perkembangannya industri Spa (*Solus per aqua*) merupakan suatu tempat yang berkaitan dengan perawatan tubuh, kesehatan, kebugaran dan kenyamanan. Dalam sektor pariwisata, industri Spa merupakan industri dengan pertumbuhan tercepat serta merupakan salah satu industri pariwisata yang berpotensi tinggi untuk mendorong pariwisata Indonesia semakin maju. Saat ini Spa di Indonesia sudah berkembang di beberapa Kota besar seperti Jakarta, Bali, Jogja, Bandung dan Batam. Spa merupakan tempat dimana bisa memberikan rasa rileks dan nyaman serta bisa membuat pikiran kembali *fresh*. *Treatment Spa* bisa dirasakan melalui indrawi manusia seperti (melihat, mendengar, menghirup, mencicipi dan menyentuh). Spa mempunyai berbagai manfaat seperti memberikan ketenangan melalui tempatnya (*design*), musik, aroma pada ruangnya, interior lampu yang pas serta penyediaan kain yang lembut. Suasana ini memberikan kenyamanan bagi para pengunjungnya dan bisa memberikan dampak yang baik bagi tubuh serta emosional para pengunjungnya.

Adanya kelima indra pada manusia tersebut bisa menciptakan "*sensory experience*" yang merupakan sebuah upaya menciptakan pengalaman yang berkaitan dengan sensorik manusia. Sesuatu dimana bisa terlihat seperti warna desain atau bentuk dimensi visual lainnya bisa mempengaruhi niat pembelian pengunjung. Adanya warna, dekorasi dan desain digunakan untuk mempengaruhi emosi dan perilaku pengunjung (J. Baker et al., 2002). Musik juga bisa mempengaruhi suasana hati pengunjung, serta sebagai bagian dari atmosfer dan bagian dari suasana (Mattila & Wirtz, 2001). Karakteristik musik seperti tempo, nada suara, dan tekstur bisa merangsang emosi pengunjung dan mendorong reaksi perilaku pengunjung (Yalch & Spangenberg, 2000). Dalam *sensory experience*, kelima aspek sensorik manusia menjadi target utama dalam pengalaman berkunjung dan akan berpengaruh dalam rencana kunjungan selanjutnya.

Revisit intention ialah suatu bentuk perilaku (*behavioral intention*) ketika pengunjung mempunyai keinginan untuk berkunjung kembali untuk mengunjungi tempat atau destinasi serta melakukan *word of mouth* positif (Zeithaml et al., 2009). Menurut (Som et al. 2012) minat untuk kembali ialah akibat dari nilai pengalaman yang didapat oleh tamu setelah kunjungan, sehingga menimbulkan kepuasan. Menciptakan pengalaman yang berkesan ialah salah satu upaya dalam menambah keputusan untuk berkunjung kembali. Menurut (D. A. Baker & Crompton, 2000) dalam pariwisata, aspek dimana bisa membuat niat berkunjung kembali adalah: kepuasan. Adanya *sensory experience* bisa memberikan dampak yang baik dan menguntungkan. Dalam hal ini, perilaku yang dilakukan ialah kembali berkunjung ke tempat Spa atas dasar terciptanya *sensory experience* yang mereka rasakan. Hal ini berkaitan dengan *revisit intention*, dimana saat kepuasan konsumen terpenuhi maka akan ada keputusan dalam evaluasi pengalaman untuk melakukan kunjungan kembali.

Menurut hal tersebut, maka pengalaman *sensory* yang baik serta memuaskan menjadi salah satu faktor yang penting bagi *revisit intention*. Untuk melihat bagaimana kondisi yang sebenarnya mengenai kunjungan kembali pengunjung Zen Spa & Reflexology maka telah dilakukan pra-penelitian dengan membuat kuisisioner menggunakan viture polling instagram di account pribadi. Kuisisioner terdiri dari indikator mengenai pengunjungan kembali kepada pengunjung yang pernah berkunjung ke Zen Spa & Reflexology kepada 60 pengunjung. Menurut penyebaran kuisisioner tersebut di peroleh data pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1

Hasil Kuisisioner Pra-Penelitian Mengenai *Revisit Intention* ke Zen Spa & Reflexology Sukajadi Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban (%)		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1	Apa anda pernah melakukan Treatment Spa di Zen Sukajadi Bandung?	100%	-	60

2	Apakah anda ingin melakukan Treatment kembali ke Zen Spa Sukajadi Bandung?	95%	5%	60
---	--	-----	----	----

Menurut Tabel 1.1 menunjukkan jika 95% pengunjung yang telah berkunjung ke Zen Spa & Reflexology Bandung berniat untuk berkunjung kembali. Dalam penelitian ini, masalah niat berkunjung kembali di fokuskan kepada *sensory experience*. Maka dari itu *sensory experience* akan diuji sebagai faktor pendorong *revisit intention*. Dengan adanya *sensory experience* yang dirasakan pengunjung maka diharapkan mendapatkan kunjungan kembali terhadap Spa. Itu sebabnya korelasi antara *sensory experience* dengan *revisit intention* dirasa perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah kedua hal tersebut memang terdapat hubungan yang signifikan apa tidak.

Dalam hal ini Zen Spa & Reflexology telah mengimplementasikan Spa *sensory experience*, dengan didukung oleh temuan dari beberapa ulasan yang dirasakan pengunjung mengenai *sensory experience* melalui *tripadvisor*. Pada dimensi *Sight*, Zen Spa & Reflexology memiliki bangunannya yang besar, suasana yang menciptakan perasaan yang nyaman, pencahayaan yang sesuai, warna bangunan yang sesuai dan sofa yang nyaman. Kemudian untuk *Smell*, mulai dari ruangan di wangi di area lobby, berbagai macam pilihan oil yang wangi dan bau ruangan yang tidak menyengat. Selanjutnya *Sound*, musik yang di putar menenangkan seperti (gemercik air) dan dapat membuat relax. Adapun *Tactile*, dimana pijitan yang nyaman dan temperatur ruangan yang pas. Selanjutnya yang terakhir ialah *Taste*, minuman yang disajikan setelah treatment enak seperti jahe panas atau teh panas.

Dengan adanya beberapa ulasan yang ditemukan, mengatakan pengunjung Zen Spa & Reflexology Bandung dapat merasakan adanya *sensory experience*. Dalam ulasan tersebut menjelaskan jika *sensory experience* yang dirasakan oleh pengunjung Zen Spa & Reflexology Bandung sudah cukup baik. Meskipun masih ditemukan berbagai ulasan yang kurang terkait *sensory experience* yang dirasakan pengunjung. Namun dengan demikian, adanya teori Hulten Broweus and Dijk (2009) mengenai lima dimensi *sensory experience* di Spa cocok digunakan dalam melakukan penelitian di *Zen Family Spa & Reflexology*.

Menurut ulasan pengunjung yang masih kurang baik mengenai *sensory experience*, maka penulis tertarik untuk mengangkat topik mengenai *Spa sensory experience*. Diharapkan dengan adanya implementasi dalam menciptakan *Spa sensory experience* ini bisa menambah keinginan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan Zen Spa & Reflexology Bandung. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis serta memahami pengaruh *sensory experience* terhadap *revisit intention* pengunjung di Zen Spa dan Reflexology Bandung. Hal ini juga bisa membantu pihak pengelola dalam mempertahankan pengunjung yang lama dan mendapatkan pengunjung yang baru sehingga penulis melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Pengaruh *Spa Sensory Experience* terhadap *Revisit Intention* Pengunjung Spa di Kota Bandung”**.

B. Rumusan Masalah

Menurut latar belakang dimana telah dijelaskan, maka pertanyaan dalam penelitian ini dirumuskan seperti berikut:

1. Bagaimana gambaran *Spa sensory experience* di Kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran keinginan untuk *berkunjung kembali (revisit intention)* pengunjung Spa di kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *Spa sensory experience* terhadap *revisit intention* pengunjung Spa di kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui:

1. Gambaran *Spa sensory experience* di kota Bandung.
2. Gambaran keinginan untuk *berkunjung kembali (revisit intention)* pengunjung Spa di kota Bandung.
3. Pengaruh *Spa sensory experience* terhadap *revisit intention* pengunjung Spa di kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat melakukan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoritis**

Dalam hasil penelitian ini maka diharapkan bisa memperluas wawasan dan referensi mengenai pengaruh *sensory experience* terhadap *revisit intention*. Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa berguna bagi peneliti selanjutnya karena bisa memberikan pengetahuan dan sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya dimana ada kaitan dengan Spa *sensory experience* terhadap *revisit intention*.

2. Manfaat Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis sendiri, serta memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan program pembelajaran Manajemen Resort dan Leisure. Penelitian ini juga diharapkan bisa membantu industri Spa dalam berbagai aspek, terutama dalam *sensory experience*.

E. Sistematika Penulisan

Adalah pedoman yang akan dilakukan penulis dalam menyusun skripsi, agar memiliki sistematika yang sesuai.

1. BAB I Pendahuluan

Bagian pendahuluan meliputi latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, pendapatan penelitian dan sistem penulisan.

2. BAB II Kajian Pustaka

Bab kajian pustaka berisi mengenai kajian teori para ahli maupun penelitian terdahulu terkait Spa, *sensory experience*, hubungan *sensory experience* terhadap *revisit intention*, *revisit intention*, teori yang berhubungan dengan penelitian dan kerangka pemikiran.

3. BAB III Metode Penelitian

Bab metode penelitian berisi penjelasan tentang metode, metode penelitian, objek penelitian, jenis penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan dari awal hingga akhir penelitian.

4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Salsabila Almira Satya, 2021

**ANALISIS PENGARUH SPA SENSORY EXPERIENCE TERHADAP REVISIT INTENTION
PENGUNJUNG SPA DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository@upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Bab ini berisikan pemaparan data dan pembahasan data hasil penelitian. Profill lokasi penelitian serta seluruh hasil analisis dimana telah diidentifikasi dan dikaji dalam skripsi.

5. BAB V Penutup

Bab penutup terdapat kesimpulan dari penelitian, saran terkait hasil dimana analisis sudah dilakukan dan juga rekomendasi dari peneliti terkait penelitian sebelumnya.