

ABSTRAK

Water Park merupakan kolam renang yang berlokasi di jalan Sukolilo 100, Surabaya memiliki pesaing yang cukup banyak jumlahnya yang letaknya tidak berdekatan satu dengan lain. Dengan banyaknya usaha kolam renang ini, menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat antar kolam renang. Dengan persaingan yang ketat maka akan banyak terjadi perpindahan konsumen dari satu kolam renang ke kolam renang lain sehingga jumlah konsumen mengalami penurunan. Untuk dapat mempertahankan konsumen, maka kolam renang harus melakukan evaluasi khususnya terhadap strategi pemasarannya.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat mempertahankan konsumen kolam renang Water Park Pantai Ria Kenjeran. Hal ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen Water Park Pantai Ria Kenjeran. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

Penelitian ini membagi konsumen berdasarkan latar belakang gaya hidup. Pengelompokan konsumen berdasarkan gaya hidup dan segmentasi demografik dilakukan untuk membantu dalam menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik konsumen Water Park Pantai Ria Kenjeran. Gaya hidup ini menggunakan kriteria yang ditentukan oleh Lembaga Konsumen Indonesia agar sesuai dengan karakteristik konsumen Water Park Pantai Ria Kenjeran yang orang Indonesia.

Adapun dari hasil penyebaran kuisisioner bagian demografis dapat diketahui bahwa mayoritas konsumen Water Park Pantai Ria Kenjeran Surabaya berjenis kelamin pria (60,67%), berusia 10 hingga 20 tahun (42,67%), berpendidikan akhir SMU (39,33%), memiliki pekerjaan sebagai pegawai (42,67%), berpendapatan sebesar Rp. 500.000 hingga Rp. 750.000 (40%) dan bertempat tinggal di Surabaya (94%).

Lebih lanjut, sebagian besar responden mengatakan bahwa alasan mereka mengunjungi Water Park Pantai Ria Kenjeran Surabaya adalah untuk berenang (44,44%) dan memilih Water Park Pantai Ria Kenjeran Surabaya karena Water Park Pantai Ria Kenjeran Surabaya memiliki jenis kolam yang banyak (35,58%).

Selanjutnya juga dapat diketahui bahwa mayoritas responden juga melakukan aktivitasnya di tempat lain (62%) dan mengatakan bahwa keramaian Water Park mempengaruhi kedatangan mereka ke Water Park (71,33%).

Yang juga dapat diketahui dari pengisian kuesioner adalah cara responden mengetahui keberadaan Water Park Pantai Ria Kenjeran Surabaya dimana mereka mengatakan bahwa keberadaan Water Park mereka ketahui ketika berkunjung ke Pantai Ria Kenjeran Surabaya (48,67%). Sebagian besar responden juga mengatakan bahwa kedatangan mereka ke Water Park Pantai Ria Kenjeran Surabaya adalah bersama dengan keluarga mereka (55,33%).

Sedangkan dari hasil kuesioner gaya hidup, dapat diketahui bahwa 66,66% konsumen Water Park Pantai Ria Kenjeran Surabaya adalah berasal dari kelompok gaya hidup *The Optimistic Family Person* (25,33%), *Introvert Wallflower* (11,33%), *The Savvy Conqueror* (17,33%), dan *The Networking Pleasure* (12,67%).