

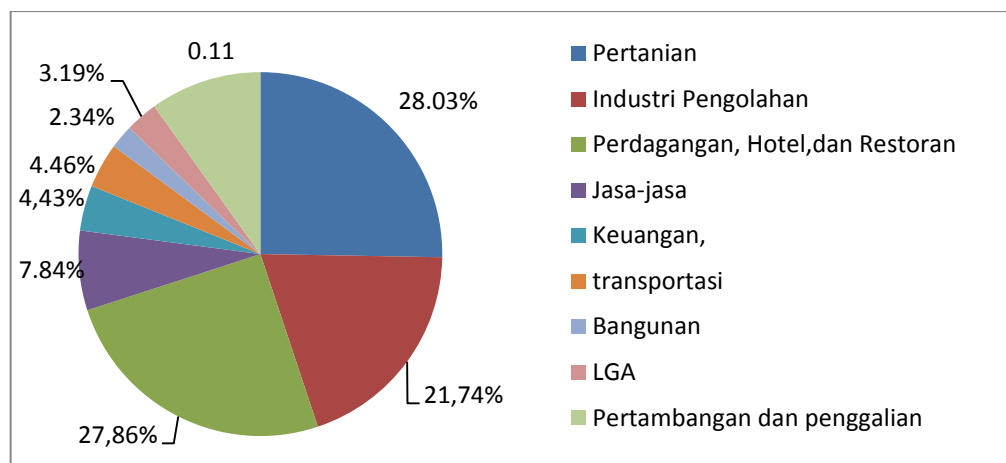
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan jumlah usaha perhotelan di Indonesia menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut didukung oleh data dari Kementerian Keuangan tahun 2012 yang menunjukkan bahwa kinerja sektor perdagangan, hotel, dan restoran selama lima tahun terakhir yaitu tahun 2007-2011 terus mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 7% setiap tahunnya. Perkembangan dunia bisnis dari waktu ke waktu selalu berubah baik di bidang perindustrian ataupun perdagangan, termasuk bidang pariwisata atau perhotelan. Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial, hal tersebut sesuai dengan program pemerintah Visit Indonesia. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal satu ayat tiga menjelaskan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Jumlah destinasi pertumbuhan bidang pariwisata yang ada di kabupaten Sumedang. Destinasi wisata yang ada di kabupaten sumedang diantaranya adalah bendungan Jatigede, Gunung tampomas, gunung kunci, museum gesan ulun yang dapat meningkatkan usaha hunian hotel di Kabupaten Sumedang, dengan menunjukkan peningkatan usaha perdagangan, hotel dan restoran setiap tahunnya. Hal tersebut didukung oleh data

dari Dinas Badan Pengawasan Daerah Kab.Sumedang yang menunjukkan bahwa kinerja sektor perhotelan telah berkembang dengan pesat dibandingkan dengan sektor perindustrian lainnya. Dalam kurun lima tahun terakhir pertumbuhan perekonomian Kabupaten Sumedang terus meningkat, peningkatan tersebut secara signifikan dikontribusi oleh sektor ekonomi kreatif beserta sektor-sektor pendukung lainnya yang ada di kabupaten Sumedang. Sektor perdagangan, hotel, dan restoran berperan memberikan kontribusi kedua terbesar terhadap perekonomian Kabupaten Sumedang . Berikut adalah kontribusi berbagai sektor bagi perekonomian kabupaten Sumedang tahun 2014 :



**Gambar 1.1**

**Kontribusi Lapangan Usaha PDRB Kabupaten Sumedang**

Sumber : PDRB Kab. Sumedang Menurut Lapangan Usaha Tahun 2013

Gambar 1.1 pada gambar diatas menunjukkan bahwa terdapat sembilan sektor yang berkontribusi bagi perekonomian kabupaten Sumedang. Kontribusi perekeonomian terbesar kedua yang ada di kabupaten Sumedang adalah sektor perdaganagn, hotel, dan restoran. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan Pasal satu ayat tujuh usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan

kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Kontribusi terbesar bagi perekonomian kabupaten Sumedang salahsatunya oleh sektor perdagangan, hotel, dan restoran yaitu sebesar 27,86%. Sektor perdagangan, hotel, dan restoran memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian kabupaten Sumedang. Setiap daerah di Jawa Barat memiliki beberapa hotel bintang tiga sebagai sarana untuk menunjang sektor pariwisata yang ada di setiap daerah. Berikut adalah data kamar hotel bintang tiga yang ada di Provinsi Jawa Barat tahun menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab/Kota di Provinsi Jawa Barat 2011:

**Tabel 1.1**  
**Hotel Bintang Tiga di Kabupaten Sumedang**

No	Daftar Hoter Bintang Tiga di Kab. Sumedang	Alamat
1	Hotel Puri Khatulistiwa	Jalan Raya Jatinangor Km. 20 Bandung, Jatinangor – Sumedang, Jawa Barat
2	Bandung Giri Gahana <i>Golf &amp; Resort</i> Jatinangor	Jalan Raya Jatinangor Km. 20 Bandung, Jatinangor – Sumedang, Jawa Barat

Sumber : [www.tripadvisorindonesia.com](http://www.tripadvisorindonesia.com)

Tabel 1.1 di atas menjelaskan bahwa perkembangan jumlah hotel berbintang di kabupaten Sumedang pada tahun 2015 menunjukkan bahwa kabupaten Sumedang memiliki hotel bintang tiga untuk menunjang potensi pariwisata yang dimiliki oleh setiap daerah yang ada di kabupaten Sumedang. Kabupaten Sumedang merupakan salah satu destinasi wisata bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara yang ada di Jawa Barat yang memiliki potensi pariwisata. Destinasi wisata di kabupaten Sumedang kini terus berkembang secara variatif dari tahun ke tahunnya dan tingkat hunian perhotelan semakin

meningkat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya hotel dan penginapan yang berbintang maupun melati yang menyuguhkan berbagai pilihan jenis kamar dan fasilitas yang ditawarkan. Banyaknya jumlah penginapan dan hotel berbintang di Kab. Sumedang menyebabkan persaingan yang semakin ketat serta menuntut setiap pelaku usaha bisnis perhotelan untuk menjadi penyedia jasa yang baik. Berikut adalah tingkat hunian dan daftar hotel melati dan berbintang yang ada di kabupaten Sumedang :

**Tabel 1.2**  
**Daftar Hotel Melati dan Bintang Beserta Tingkat Hunian di Kab.Sumedang**

No	Nama dan Alamat	Tingkat Hunian
1	Hotel Muria, Jalan. Prabu Geusan Ulun No.22 Sumedang	83%
2	Karya Nunggal Asri, Jalan Raya Paseh. Sumedang	78%
3	Citra Papan 1, jalan Raya Jatinangor-Sumedang	85%
4	Citra Papan 1, jalann Raya Jatinangor-Sumedang	83%
5	Hotel Jatinangor, No.13-15, Jalan Raya Jatinangor	95%
6	Wisma Caringin, Jalan Raya Jatinangor No.122	88,5%
7	Pondok Hanjuang Hegar, Jalan Raya Cimalaka	82%
8	Sumedang Inn, Kec.Sumedang Selatan	83,5%
9	Kencana, Kec. Sumedang Selatan	74,5%
10	Sutra, Jl. May. Abdulrahman No. 172 Sumedang	85,35%
11	Hegarmanah 1, Jl. Cimalaka No. 115	81,6%
12	Hegarmanah 2, Jl. Raya Paseh 227	80,15%
13	Murni, Jl. P Geusan Ulun No. 188	80%
14	Setuju, Jl. Raya Lama Tomo No. 105	86,5%
15	La Fasa, Jl. Jatinangor No. 54 Sumedang	81,5%
16	Handayani, Jl. Prabu Gajah Agung No. 10	90,05%
17	Hotel Puri Khatulistiwa, Jl. Raya Jatinangor Km 20 Bandung-Sumedang	100 %
18	Bandung Giri Gahana Golf And Resort, Jl. Raya Jatinangor Km 20 Bandung-Sumedang	68%

Sumber : [www.sumedangonline.com](http://www.sumedangonline.com)

Dari tabel 1.2 bisa dilihat bahwa tingkat hunian hotel yang ada di kabupaten Sumedang memiliki tingkat hunian yang beragam, serata bukan hanya hotel melati sebagai penunjang destinasi pariwisata yang ada. Kabupaten Sumedang juga memiliki hotel bintang tiga yang beragam yang ditawarkan untuk kepuasan konsumen. Hotel berbintang sampai hotel melati yang memberikan fasilitas dan promosi serta harga yang beragam sebagai daya tarik dari masing-masing hotel yang ditawarkan. Selain hotel melati yang ada, kabupaten sumedang juga memiliki hotel bintang tiga sebagai pilihan pengunjung. Berikut adalah hotel bintang tiga dan jumlah tamu yang berkunjung dalam empat tahun terakhir yang ada di kabupaten Sumedang :

**Tabel 1.3**  
**Data Pesaing Hotel Bintang Tiga di Kab. Sumedang**

No	Nama dan Alamat	Tahun			
		2012	2013	2014	2015
1	Hotel Puri Khatulistiwa, Jl. Raya Jatinangor Km 20 Bandung-Sumedang	16.487	16.960	17.420	17.840
2	Bandung Giri Gahana Golf And Resort, Jl. Raya Jatinangor Km 20 Bandung-Sumedang	15.441	15.218	14.339	12.940

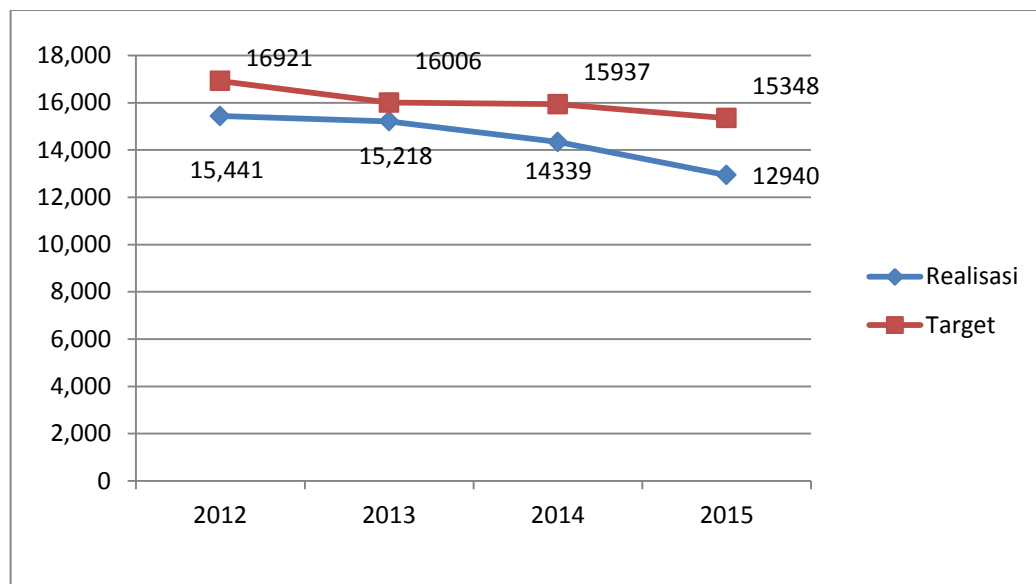
Sumber : Data internal Puri Khatulistiwa dan Bandung Giri Gahana Golf & Resort

Tabel 1.3 diatas menjelaskan bahwa tingkat hunian Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* lebih rendah dan cenderung lebih menurun dibandingkan dengan hotel Puri Khatulistiwa yang merupakan hotel bintang tiga yang menjadi pesaing dalam bidang perhotelan yang sejenis dari data tersebut dapat dilihat bahwa penurunan yang terjadi pada Bandung Giri Gahana Golf & Resort terjadi setiap tahunnya berbeda dengan pesaingnya yang setiap tahunnya mengalami kenaikan. Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* merupakan salah satu jenis hotel bintang tiga

yang ada di Kab.Sumedang yang memiliki fasilitas lapangan golf sebagai penunjang dari hotel yang ada di kabupaten Sumedang yang memiliki daya tarik untuk di kunjungi wisatawan domestik atau mancanegara untuk menginap. Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* merupakan hotel yang cukup dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara dan pemain *golf* yang berasal dari berbagai wilayah di indonesia serta mancanegara ini mempunyai fasilitas yang cukup untuk dijadikan daya tarik dibandingkan dengan pelaku usaha bisnis dibidang serupa. Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* didirikan pada tanggal 6 Maret 1986 dan berlokasi di Jalan Raya Jatinangor Km. 20 Bandung - Sumedang. Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* menawarkan produk jasa perhotelan dan lapangan *golf* sebagai penunjang hotel yang ada dan menawarkan berbagai jenis kamar yang dapat dinikmati oleh para konsumen atau tamu yang berkunjung untuk menginap jenis kamar yang di tawarkan kepada pengunjung adalah standart room, suit room, president suit, cottage A (3 badroom), cottage B (2 badroom) serta jenis kamar yang ditawarkan bisa memilih view yang berbagai jenis misalnya : *golf view*, serta *mountain view* yang dapat ditawarkan kepada konsumen dan dipilih oleh konsumen sesuai dengan keinginan konsumen untuk mendapatkan kenyamanan dan kepuasan yang diinginkan.

Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* merupakan salah satu hotel dan penginapan yang mendapatkan dampak langsung dari tingkat persaingan perhotelan di Kab.Sumedang. Tingkat hunian Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* cenderung mengalami penurunan dari tahun 2012 hingga awal tahun 2015 dikarenakan semakin banyaknya bisnis atau usaha perhotelan sejenis. Pada halaman selanjutnya

akan peneliti tampilkan data mengenai tingkat penurunan jumlah tamu yang berkunjung di Bandung Giri Gahana Golf & Resort pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2015. Berikut adalah tingkat hunian atau tamu yang menginap di hotel Bandung Giri Gahana Golf & Resort Jainangor:

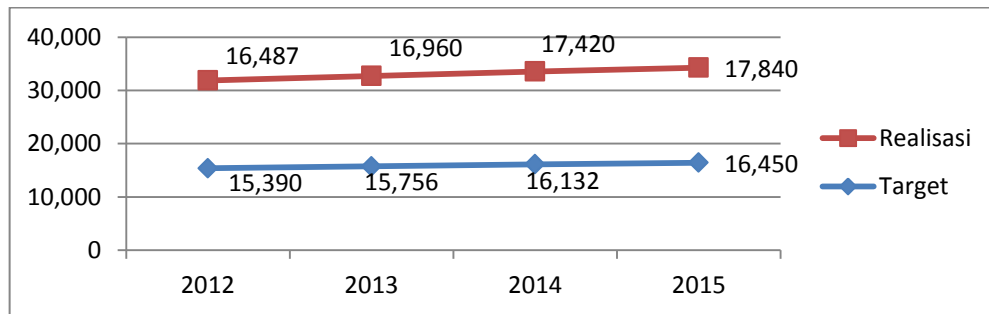


**Gambar 1.2**

**Jumlah Tamu Menginap Bandung Giri Gahana Golf & Resort**

Sumber : Data Internal Bandung Giri Gahana Golf & Resort

Gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa jumlah tamu Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* pada tahun 2012-2015 cenderung mengalami penurunan. Hal ini menandakan rendahnya kepuasan untuk menginap di Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* di bandingkan dengan hotel Puri Khatulistiwa. Berbeda dengan hotel Puri Khatulistiwa sebagai pesaing hotel Bandung Giri Gahana Golf & Resort jumlah tamu dan tingkat hunian pada hotel tersebut selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya dari target yang telah ditetapkan. Berikut adalah tingkat hunian atau tamu yang menginap di hotel Puri Khatilistiwa:



**Gambar 1.3**  
**Jumlah Tamu Menginap Hotel Puri Khatulistiwa**

Sumber : Data Internal Hotel Puri Khatulistiwa

Gambar 1.3 di atas menunjukkan bahwa jumlah tamu hotel Puri Khatulistiwa selalu mengalami peningkatan pengunjung atau tamu yang menginap setiap tahunnya bahkan melebihi target yang telah ditetapkan setiap tahunnya.

Berasarkan tanggapan konsumen yang berkunjung atau menginap pada hotel Bandung Giri Gahana Golf & Resort Jatinangor terdapat data komplain atau perasaan kecewa yang dirasakan konsumen. Berikut adalah data komplain pada hotel Bandung Giri Gahana Golf & Resort Jatinangor :

**Tabel 1.4**  
**Laporan Keluhan Pengunjung**  
**Hotel Bandung Giri Gahana Golf & Resort 2015**

No	Bulan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	Jenis Keluhan	Jumlah											
1	Ketidaksesuaian tanggal pemesanan kamar	4	-	-	-	3	2	-	-	-	-	-	-
2	Ketidaksesuaian jenis kamar	-	-	3	-	-	-	-	-	4	-	-	-
3	Kesalahan dalam memasukan jumlah pesanan kamar	3	-	-	-	2	-	-	-	-	-	1	-
4	Kesalahan dalam memasukan pesanan kamar yang dipesan tamu	-	-	-	-	2	-	-	2	-	-	-	1

Sumber : Wawancara dan Data Internal Hotel Bandung Giri Gahana Golf & Resort

Tabel 1.4 diatas menjelaskan bahwa keluhan tamu atau pengunjung yang terjadi pada hotel Bandung Giri Ghana *Golf & Resort* yang mempengaruhi faktor



kepuasan tamu hotel. Untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah yang dihadapi hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* mengenai rendahnya keputusan menginap yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen di Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* akan peneliti disajikan pada halaman selanjutnya.

**Tabel 1.5**  
**Penelitian Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu Hotel di Bandung Giri Gahana Golf & Resort**

Variabel	Pertanyaan	SS	S	C	TS	STS	Jumlah
Kepuasan	Bandung Giri Gahana Golf & Resort memberikan kinerja yang baik pada jasa penginapan	30%	20%	33%	17%		100 %
	Bandung Giri Gahana Golf & Resort memenuhi semua yang diharapkan oleh pelanggan	20%	17%	36%	20%	7%	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner oleh peneliti Maret 2016

Berdasarkan tabel 1.5 mengenai penelitian pendahuluan tentang kepuasan konsumen di Bandung Giri Gahan *Golf & Resort*, diperoleh informasi bahwa kepuasan pada aspek pemilihan produk/jasa, sebanyak 36% cukup setuju, 20% tidak setuju dan 7% tidak sangat setuju bahwa Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* memenuhi semua yang diharapkan oleh pelanggan. Keadaan ini sangat tidak sesuai dengan harapan perusahaan, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Fandy Tjiptono 2011:146) dan Kotler&Keller (2012:177) menjelaskan bahwa. Perbandingan harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan dapat menjadi ukuran bagi

kepuasan pelanggan mengenai jasa yang berkualitas. Kepuasan menjadi salah satu masalah yang dihadapi Bandung Giri Gahana Golf & Resort Jatinangor – Sumedang. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rendy Gulla, Sem George Oroh serta Ferdy Roring, jurnal yang berjudul Analisa Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manad GRACE INN, menegaskan bahwa promosi dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di suatu perusahaan

Melihat penyebab fenomena yang terjadi, penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke Bandung Giri Gahana Golf & Resort. Penelitian pendahuluan tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan kepuasan konsumen yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan pada Bandung Giri Gahana Golf & Resort. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan diantaranya adalah bauran pemasaran. Bandung Giri Gahana Golf & Resort adalah usaha yang bergerak di bidang jasa yang tidak hanya menjual produk tetapi juga memberikan *service* kepada konsumen dalam proses pembelian produk. Hasil penelitian pendahuluan tersebut adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.6**  
**Penilaian Responden Mengenai Bauran Pemasaran Jasa di Bandung Giri Gahana Golf & Resort**

No	Dimensi	Pertanyaan	SS	S	C	TS	STS	Jumlah
1	<i>Product</i>	Menawarkan banyak pilihan kamar yang beragam. (misalnya : standart room, presiden suit)	27%	73%	-	-	-	100 %
		Anda mengenal dengan baik produk yang di tawarkan	47%	37%	3%	13%	-	100%

No	Dimensi	Pertanyaan	SS	S	C	TS	STS	Jumlah
2	Price	Harga yang ditawarkan memiliki perubahan	-	23%	50%	27%	-	100 %
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan kenyamanan dan kepuasan yang di dapatkan.	7%	53%	40%		-	100 %
3	Place	Lokasi mudah dijangkau dan strategis.	13%	64%	20%	3%	-	100 %
		Lokasi dapat ditempuh dengan cepat dan mudah.	33%	54%	10%	3%	-	100 %
		Iklan (brosur, internet, dan radio) yang dipakai menarik minat anda.	46%	17%	17%	20%	-	100 %
4	Promotion	Sering melakukan promosi penjualan (kupon, voucher, bazar, dan pameran dagang	17%	23%	37%	20%	3%	100%
		Sering melakukan <i>sponsorship</i> pada acara-acara tertentu.	30%	70%	-	-	-	100 %
		Anda datang karena rekomendasi dari teman.	20%	63%	10%	7%	-	100 %
5	People	Selalu berpenampilan rapih dan menarik.	40%	47%	3%	10%	-	100 %
		Petugas mampu memberikan informasi yang jelas kepada anda.	3%	67%	30%	-	-	100 %
		Karyawan selalu memberikan pelayanan dengan ramah.	-	76%	0,14%	0,1%	-	100 %
6	Process	Proses pemesanan sangat cepat ditanggapi.	53%	33%	7%	7%	-	100%
		Proses penataan kamar tertata	33%	47%	3%	17%	-	100 %

No	Dimensi	Pertanyaan	SS	S	C	TS	STS	Jumlah
		sesuai dengan gambar yang tersedia dalam website yang disediakan.						
7	<i>Physical Evidance</i>	Lingkungan kamar yang bersih.	33%	47%	3%	17%	-	100 %
		Tata letak dan desain interior unik, nyaman, dan menarik.	43%	30%	10%	17%	-	100 %

Sumber : Hasil pengolahan kuesioner oleh peneliti Maret 2016

Pada tabel 1.6 di atas hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan mengenai bauran pemasaran jasa di Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*, diperoleh informasi bahwa aspek harga sebanyak 50% menyatakan cukup setuju dan 27% tidak setuju bahwa Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* menawarkan harga yang relatif terjangkau. Hal ini juga diperkuat dalam wawancara langsung dengan asisten *marketing* pada Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* yang mengatakan bahwa Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* tidak terlalu sering menawarkan diskon kepada pengunjung hanya pada *event* tertentu. Harga yang rendah tidak menjamin pelaku usaha untuk dapat merebut kembali pangsa pasar yang sudah hilang karena ada pelaku usaha sejenis yang menawarkan harga yang lebih rendah. Harga merupakan satu – satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan dan merupakan unsur bauran pemasaran bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Dr. effendi M. Guntur (2010:39). Lain halnya dengan yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2012:410) harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Johannes Gerardo Runtuwuwu, Sem Oroh serta Rita Taroreh (2014), yang berjudul Pengaruh

Kualitas Prouk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe and Resto Cabana Manado membuktikan bahwa dimana harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Selain itu pada aspek promosi penjualan sebanyak 37% menyatakan cukup setuju, 20% tidak setuju, dan 3% sangat tidak setuju bahwa promosi penjualan yang dilakukan Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* menggunakan kupon, voucher, bazaar, dan pameran dagang. Faktor harga dan promosi penjualan diduga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan yang mengakibatkan jumlah tamu Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* mengalami penurunan.

Survey tersebut menunjukkan kepuasan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan adalah pada pernyataan pelayanan yang membuat nyaman sesuai dengan keinginan dan kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Hasil survey tersebut jika diterjemahkan melalui bauran pemasaran, menunjukkan bahwa nilai bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap kepuasan adalah harga dan promosi penjualan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Promosi penjualan juga merupakan salah satu faktor yang disinyalir mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pada hakikatnya promosi penjualan dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Promosi penjualan adalah salah satu alat bauran pemasaran, sehingga dapat meningkatkan kesadaran untuk mempengaruhi sikap dan keinginan pelanggan dalam menetapkan pilihan produk yang akan dibeli.

Kegiatan promosi penjualan dalam perusahaan merupakan bagian

terpenting disamping variabel lainya seperti diskon, undian, hadiah, tawaran ulang pebelian kembali, dan promosi gabunga. Promosi penjualan merupakan variabel pemasaran yang diciptakan untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada konsumen dipasar sasaran. Oleh karena itu , promosi penjualan merupakan bentuk komunikasi awal antara perusahaan dan konsumen serta sebagai salah satu media untuk memperkenalkan produk kepada konsumen agar mengetahui akan keberadaan produk perusahaan tersebut. Kotler dan Keller (2005) menjelaskan bahwa promosi penjualan merupakan salah satu unsur utama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rudika Harminingtayas (2012) yang berjudul analisi faktor pelayanan, fasilitas, promosi dan lokasi terhadap kepuasan penghuni perumahan permata puri ngalian Semarang. Faktor pelayanan, fasilitas, promosi dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk mengalami lebih dalam lagi tentang objek yang diteliti, yaitu melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei Pada Tamu Hotel Bandung Giri Gahana Golf & Resort Jatinangor-Sumedang)**

## **1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini.

### **1.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Perkembangan bisnis perhotelan di Kab.Sumedang.
2. Meningkatnya persaingan hotel bintang dan melati di kabupaten Sumedang
3. Menurunnya tingkat hunian hotel di hotel Bandung Giri Gahana Golf & Resort
4. Banyaknya perhotelan sejenis yang menawarkan jasa yang lebih beragam.
5. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa tidak ada perubahan harga baru hanya pada event tertentu, sehingga mengakibatkan penurunan jumlah konsumen.
6. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa promosi penjualan yang digunakan tidak dapat menarik minat pengunjung.
7. Hasil penelitian pendahuluan (*preliminary research*) menunjukkan bahwa rendahnya kepuasan konsumen yang berdampak pada tingkat penurunan tamu Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*.

### **1.2.2. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga yang ditawarkan hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai promosi penjualan yang ditawarkan hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*.

3. Bagaimana tanggapan kepuasan konsumen hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*.
4. Seberapa besar pengaruh harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen di hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* secara simultan dan parsial.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan pengunjung mengenai harga yang ditawarkan hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*.
2. Tanggapan pengunjung mengenai promosi penjualan yang ditawarkan hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*.
3. Tanggapan pengunjung mengenai kepuasan konsumen di hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*.
4. Besarnya pengaruh harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen di hotel Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* secara simultan dan parsial.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bukan hanya bagi peneliti tetapi juga dapat berguna bagi mereka yang membacanya.

#### **1.4.1. Kegunaan Teoritis / Akademis**

1. Dapat memperkaya konsep atau teori yang menyokong perkembangan ilmu



pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan pengaruh harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan di Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* Jatinangor.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan diskusi atau wacana ilmiah serta dapat digunakan sebagai dasar penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2. Kegunaan Praktis / Empiris**

1. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini peneliti mendapatkan pengalaman langsung yaitu penelitian bidang manajemen pemasaran dan lebih mengetahui tentang pengaruh harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen di Bandung Giri Gahana *Golf & Resort* Jatinangor.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan harga dan promosi penjualan terhadap kepuasan konsumen di Bandung Giri Gahana *Golf & Resort*.