

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pekembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat (Zeithaml & Bit, 2003). Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka.

Perusahaan yang ingin *survive* harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu yang secara

langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler dan Amstrong (2004) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Perkembangan jumlah hotel di Bandung yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan di Bandung menjadi sangat ketat. Tingkat pertumbuhan hotel di Bandung mencapai sekitar 30 persen setiap tahun, sedangkan kenaikan tingkat kunjungan wisatawan hanya mencapai sekitar 7-8 persen per tahun *travel.kompas.com*, pertumbuhan yang tidak seimbang ini mengakibatkan terjadinya ketimpangan antara jumlah permintaan dengan suplai yang tersedia dan secara tidak langsung akan berimbas terhadap kelangsungan operasional hotel.

Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel untuk memperoleh pengunjung sebanyak – banyaknya.

Hotel bukan hanya sebagai tempat bermalam bagi para pengunjung yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Menurut Grolier Elektronik Publishing Inc, yang dikutip oleh Agus Sulastiyono (2006), hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Saat ini, seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, *launching* untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas.

Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini. Selain itu dilihat dari jumlah pengunjung wisatawan yang masuk ke kota Bandung baik wisatawan domestik ataupun wisatawan mancanegara meningkat setiap tahunnya, berikut data jumlah wisatawan yang masuk ke kota Bandung periode tahun 2011-2015 sebagai berikut

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik
Kota Bandung Tahun 2011-2015

Tahun	Wisatawan Mancanegara (Orang)	Wisatawan Domestik (Orang)	Jumlah (Orang)
2011	74.730	1.346.729	1.421.459
2012	168.712	2.928.157	3.096.869
2013	180.603	3.024.666	3.205.269
2014	194.062	3.882.010	4.070.072
2015	158.848	3.354.857	3.513.705
JUMLAH			15.307.374

Sumber/Source : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2015

Peluang pada Tabel 1.1 jumlah wisatawan pada periode tahun 2011-2015 mencapai 15.307.374 tentu saja melahirkan perusahaan-perusahaan yang berhubungan dengan kepariwisataan khususnya industri jasa terutama industri perhotelan. Dari hasil survei pada beberapa hotel di kota Bandung, Hotel Zodiak yang bisa memanfaatkan peluang ini. Salah satunya dengan mendirikan hotel yang tepat berada di depan stasiun bandung, yang diharapkan akan menarik banyak pengunjung domestik ataupun mancanegara yang datang ke bandung untuk mencari hotel dengan mudah.

Kepuasan konsumen atau pengunjung muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pengunjung merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja memenuhi harapan konsumen atau pengunjung akan merasa puas. Meningkatnya kepuasan konsumen, akan meningkatkan pula kecenderungan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Pada gilirannya, kondisi seperti ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan. Peningkatan jumlah konsumen menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas. Hal tersebut menyebabkan tugas untuk memahami sifat konsumen dan mengamati perubahan selera dan perilaku mereka menjadi tantangan manajerial yang tidak ringan.

Pesaing yang dihadapi oleh Hotel Zodiak bukan hanya terdiri dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama, tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas Bar maupun Restoran mewah untuk tujuan wisata. Dalam menghadapi hal tersebut, ada beberapa dimensi kepuasan yang

dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan jasa Hotel Zodiak antara lain *tangible*, meliputi penampilan gedung hotel, interior bangunan hotel, dan penampilan karyawan hotel, dimensi *reability*, meliputi kemampuan hotel memberikan pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness* yang meliputi kesediaan karyawan hotel untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* yang meliputi sopan santun karyawan dan maupun mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen, serta dimensi *empathy*, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang di berikan kepada konsumen. Kelima dimensi diatas dikembangkan oleh pasuraman dkk. Yang disebut SERVQUAL (*service quality*) yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan (Payne,2000:275).

Imbas dari ketimpangan antara pertumbuhan jumlah hotel dan jumlah konsumen nampaknya juga berdampak pada hotel ini, terlihat bahwa dalam beberapa tahun terakhir hotel ini mengalami pengurangan jumlah konsumen yang cukup drastis. Berikut data yang berhasil diperoleh mengenai jumlah tamu yang menginap di Hotel Zodiak dalam 5 tahun terakhir:

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung 2011-2015

Tahun	Target Tamu (orang)	Jumlah (orang)
2011	4000	3314
2012	4000	3112
2013	4000	3203
2014	4000	2644
2015	4000	2122

Sumber : Hotel Zodiak

Berdasarkan Tabel 1.2, terlihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah pengunjung yang menginap di hotel tersebut. Selama periode tahun 2011-2015 jumlah konsumen yang menginap cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2013 jumlah pengunjung hotel sempat mengalami kenaikan namun kembali mengalami penurunan pada tahun berikutnya. Penurunan jumlah konsumen hotel ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak hotel dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah konsumen yang cenderung mengalami penurunan ini. Pihak hotel sebenarnya telah menetapkan target minimum tingkat hunian pada tahun 2015 yakni 4000 tamu atau rata-rata terdapat sekitar 10 s.d 11 tamu *chek in* per hari, namun pada kenyataannya jumlah tamu pada tahun 2015 hanya mencapai angka 2122 yang berarti tidak sesuai dan jauh dengan target yang telah ditetapkan pihak hotel, tidak hanya mengalami fluktuasi, tetapi pada *market share* Hotel Zodiak Kebon Kawung Bandung menempati posisi ke 9 berikut data yang dikeluarkan oleh www.wego.co.id :

Tabel 1.3
Total Pengunjung Hotel Bintang 3 di Kota Bandung Periode 2014-2015

No	Nama Hotel	Total Konsumen (orang)	Market share (%)	Daftar Harga kamar Hotel (Rp)
1.	<u>Ibis Bandung Trans Studio</u>	12445	12,44	726.060
2.	<u>The Palais Dago Hotel</u>	11590	11,59	650.000
3.	<u>Dago Highland Resort</u>	10567	10,56	997.500
4.	favehotel Hyper Square	8978	8,98	384.780
5.	favehotel Premier Cihampelas	7890	7,89	602.580
6.	<u>Le Aries Garden Boutique Hotel</u>	6890	6,89	456.190
7.	BTC Hotel	6750	6,75	424.738
8.	Hotel Serela Bandung	4840	4,84	610.080
9.	Zodiak Kebon Kawung	3456	3,45	345.050
10.	Hotel Cemerlang Bandung	2678	2,67	349.690

Sumber : www.wego.co.id

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa data yang dihimpun oleh www.wego.co.id periode 2014-2015 khusus daerah Bandung menunjukkan bahwa Hotel Zodiak Kebon Kawung Bandung menempati posisi ke 9 dengan total konsumen sebesar 3456 dengan tarif harga kamarnya sebesar Rp. 345.050 kemudian untuk *market share* yaitu sebesar 3,45%., oleh karena itu terjadinya fluktuasi konsumen yang dapat dilihat pada tabel di atas, maka penulis melakukan penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden pengunjung Hotel Zodiak. Hal tersebut dilakukan dilihat untuk melihat permasalahan yang mengakibatkan penurunan pengunjung, sehingga dilakukanlah pra survey kepada konsumen Hotel Zodiak Kebon Kawung Bandung. Berikut hasil pra survey yang dilakukan peneliti kepada konsumen Hotel Zodiak.

Tabel 1.4
Hasil Pra Survey Hotel Zodiak

No	Indikator	Sub Indikator	Jawaban				
			SS	S	KS	TS	STS
1	Produk / Jasa	Hotel Zodiak memiliki lobi yang nyaman	30%	40%	20%	10%	-
2	Harga	Harga kamar yang ditawarkan Hotel Zodiak sesuai dengan fasilitas yang disediakan	-	20%	50%	20%	10%
3		Harga kamar Hotel Zodiak lebih murah dibandingkan Hotel lainnya	10%	20%	30%	30%	10%
4	Promosi	Hotel Zodiak membuat iklan yang cukup menarik dan inovatif, baik di media cetak maupun elektronik	10%	50%	30%	20%	-
5	Tempat	Lokasi Hotel Zodiak strategis	20%	40%	10%	10%	20%
6	SDM / Karyawan	Karyawan Hotel Zodiak memberikan pelayanan tepat waktu kepada pengunjung	-	50%	20%	20%	10%

No	Indikator	Sub Indikator	Jawaban				
			SS	S	KS	TS	STS
7	Proses	Resepsionis Hotel Zodiak melayani proses check-in yang mudah	-	60%	20%	20%	-
8	Bukti Fisik	Kebersihan lobi di Hotel Zodiak terjaga	-	50%	30%	20%	-
9	Kualitas Pelayanan	Hotel Zodiak memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pengunjung	-	20%	30%	40%	10%
10		Hotel Zodiak sangat memahami kebutuhan pengunjung	10%	20%	20%	30%	20%
11	Kepuasan Konsumen	Pelayanan yang diberikan Hotel Zodiak sesuai dengan harapan pengunjung	-	20%	10%	50%	20%
12		Hotel Zodiak memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung	-	20%	10%	50%	20%

Sumber : Hasil pra survey konsumen Hotel Zodiak 2016

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa pada Tabel 1.4 dapat dilihat terdapat masalah pada harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Masalah tersebut digambarkan dengan persentase untuk setiap pertanyaan dari pengunjung.

Masalah dari hasil survey tersebut ditunjukkan dengan 50% pengunjung kurang setuju bila harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas, dan 30% tidak setuju jika harga kamar lebih murah dibanding hotel lainnya, 40% pengunjung menyatakan tidak setuju jika hotel memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pengunjung, dan 30% pengunjung menyatakan tidak setuju jika hotel memahami kebutuhan pengunjung, 50% pengunjung menyatakan tidak setuju bila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, dan 50% konsumen menyatakan tidak setuju bila pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

Kualitas pelayanan maupun penetapan harga yang diterapkan oleh pihak hotel menjadi salah satu acuan dan faktor yang menentukan kepuasan pengunjung yang dirasakan selama menginap di hotel Zodiak Kebon Kawung Bandung sehingga penetapan standar kualitas pelayanan yang dilakukan pihak hotel begitu juga dengan penetapan harga atau tarif kamar hotel harus sesuai dengan harapan pengunjung. Hal tersebut dapat ditunjang oleh seluruh pihak hotel Zodiak.

Oleh karena itu perusahaan harus lebih memperhatikan terhadap situasi dan kondisi yang selalu berubah-ubah dan terus berusaha agar tetap dapat menunjukkan keberhasilannya dipasaran. Jika kualitas pelayanan yang diberikan menurun maka sangat berpengaruh juga terhadap menurunnya tingkat kepuasan pengunjung yang pada akhirnya para pengunjung akan berpindah ke hotel lain. Ketidakpuasan pengunjung diduga karena pelayanan dan harga yang diberikan belum sesuai yang diharapkan oleh konsumen sehingga pengunjung berpindah ke hotel lainnya dengan alasan masih adanya kekurangan dalam penyelenggaraan aktivitas pelayanan dan harga yang kurang bersaing yang diberikan Hotel Zodiak.

Pernyataan ini di perkuat oleh pengunjung Hotel Zodiak yang telah di wawancarai peneliti. Mereka menyatakan bahwa jasa yang ditawarkan kurang memuaskan. Keadaan ini tidak sesuai dengan harapan perusahaan, karena masih besar keluhan dari pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan oleh Hotel Zodiak. Perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima pengunjung dapat menjadi ukuran bagi kepuasan pengunjung mengenai jasa yang berkualitas.

Kualitas pelayanan pada industri jasa adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai

dengan yang pelanggan harapkan (Ririn Tri Ratnasari 2011;107). Dimensi ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas, tetapi juga harus memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Dalam hal ini, perusahaan perlu memonitor harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditetapkan perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya, sehingga perusahaan mampu menciptakan kepuasan melalui harga yang bersaing sesuai harapan konsumen. (Harga menjadi salah satu factor yang dapat membentuk kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan memperoleh suatu kepuasan.) Cari menurut siapa

Berkaitan dengan masalah tersebut, maka Hotel Zodiak menyadari akan pentingnya unsur kualitas pelayanan dan harga, karena apabila kualitas pelayanan dan harga masih kurang memenuhi harapan maka konsumen tidak puas, selain itu mempertahankan konsumen untuk tetap menggunakan jasa atau menginap di Hotel Zodiak dan mendapatkan konsumen baru untuk memenangkan pasar dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa hotel.

Kenyataan bahwa kualitas pelayanan dan harga begitu penting bagi terciptanya kepuasan pengunjung. Oleh sebab itu, diperlukan upaya – upaya bagi perusahaan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dan harga yang diberikan dibandingkan dengan pesaing lain, agar pengunjung puas yang pada akhirnya akan berpengaruh kepada kepuasan pengunjung.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut maka peneliti ingin mengetahui lebih jauh dan tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG (Studi Pada Hotel Zodiak Kebon Kawung Bandung)”**

1.2 Identifikasai dan Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Hotel Zodiak Bandung tidak terlepas dari kegiatan pelayan dan penawaran harga yang merupakan faktor penting dalam memuaskan pengunjung. Berdasarkan latar belakang penelitian, maka permasalahan-permasalahan yang sering dialami adalah sebagai berikut :

1. Jumlah pengunjung yang datang menginap di Hotel Zodiak pada periode 5 tahun terakhir masih fluktuatif.
2. Terjadi penurunan pengunjung pada tahun 2015 dan hal ini merupakan indikasi kepuasan pengunjung yang masih jauh dari harapan pengunjung.
3. Adanya industri jasa hotel lainnya yang menyebabkan konsumen semakin banyak dihadapkan pada banyak pilihan untuk menggunakan jasa hotel lainnya dan hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung.
4. Pelayanan yang diberikan hotel terkadang tidak sesuai dengan harapan pengunjung.
5. Harga yang ditawarkan Hotel Zodiak Kebon Kawung Bandung tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan pihak Hotel Zodiak.
6. Dari hasil penelitian pendahuluan kepada 30 responden, masalah yang paling dominan adalah kualitas pelayanan, harga dan kepuasan, dimana

mayoritas pengunjung menyatakan harga yang ditawarkan oleh Hotel Zodiak belum sesuai dengan fasilitas, pengunjung menyatakan kualitas pelayanan yang diberikan hotel belum sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan pengunjung serta dari segi kepuasan pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengunjung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pengunjung tentang kualitas pelayanan di Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung
2. Bagaimana tanggapan pengunjung tentang harga yang ditawarkan di Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung.
3. Bagaimana tanggapan pengunjung tentang kepuasan konsumen di Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung, secara simultan maupun parsial

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sesuatu yang ingin dicapai oleh peneliti dengan harapan hasil yang dicapai bermanfaat dan memberikan kontribusi besar untuk berbagai pihak yang membutuhkan. Berikut tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan pengunjung tentang kualitas pelayanan di Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung
2. Tanggapan pengunjung tentang harga yang ditawarkan di Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung.
3. Tanggapan pengunjung tentang kepuasan konsumen di Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung.
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung di Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis pada Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung ini mempunyai kegunaan teoritis dan praktis, yaitu :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dalam menambah pengetahuan serta penerapannya berdasarkan teori-teori yang telah dipelajari dengan masalah yang diteliti.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan bagi pihak manajemen perusahaan agar lebih memperhatikan kinerja bagian pemasaran perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga suatu perusahaan dan diharapkan dapat menambah pengalaman yang berharga guna mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan positif yang bermanfaat mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung dan juga dapat memberikan saran terhadap kelemahan yang mungkin ada untuk melaksanakan perbaikan dengan menentukan langkah-langkah yang ditentukan oleh Hotel Zodiak Kebon Kawung, Bandung pada masa yang akan datang.