BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis di Indonesia merupakan fenomena yang sangat menarik untuk kita teliti, terlebih di era globalisasi terutama dalam bidang ekonomi yang semakin terbuka. Hal ini membuka peluang bagi pengusaha untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen. Dampak globalisasi tersebut menyebabkan industri jasa perhotelan mengahadapi persaingan yang ketat dan mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat pula. Kondisi tersebut memacu perusahaan – perusahaan untuk lebih meningkatkan peranan mereka dalam melayani konsumen.

Hotel adalah akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan serta menyediakan jasa pelayanan penginapan , makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum. Usaha perhotelan saat ini sangat berkembang pesat dimana masing-masing hotel harus bersaing ketat untuk dapat terus tumbuh dan berkembang. Di Bandung sendiri telah tercatat ratusan atau mungkin puluhan ribu hotel berbintang maupun hotel kelas melati yang menyediakan berbagai macam service serta fasilitas yang lengkap. Persainganpun dimulai dari berbagai macam cara baik itu dari segi service, fasilitas, dan bahkan tarif yang ditawarkan beragam. Menurut Herman Muchtar, ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (2016) dalam forum Online Bisnis.com menyebutkan bahwa industri perhotelan di jawa barat, khusunya di kota bandung sudah mengarah pada

Persaingan yang kurang sehat dengan adanya fenomena perang tarif.

Perusahaan dalam hal ini industri perhotelan dituntut untuk mengenal perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kebutuhan dan keinginan cenderung mudah berubah, tingkat pertumbuhan relativif cepat. Dampak perubahan tersebut mengakibatkan semakin rumit terhadap pemilihan jasa, termasuk industri perhotelan. Perilaku konsumen dapat berpengaruh pada proses keputusan konsumen memilih suatu barang atau jasa yang akan dipilihnya. Menurut kotler dan keller (2012:170) menyatakan bahwa proses keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi konsumen dari preferensi di antara merek di suatu pilihan dan mungkin juga dari niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam usaha perhotelan proses keputusan konsumen dibuktikan dari keputusan untuk menginap di hotel tersebut.

Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 dalam Sulastiyono (2011:6), adalah "Suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial. Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan, yaitu digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan dan *launching* produk baru suatu perusahaan. Para pengusaha hotel diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan –

perubahan tersebut. Indonesia memiliki sektor pariwisata yang menarik baik wisata alam maupun keragaman kebudayaannya. Maka dengan pengelolaan yang baik dan terarah diharapkan pariwisata di Indonesia mampu menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Seiring dengan meningkatnya kunjungan ke Indonesia diharapkan dapat membantu menggerakan perekonomian nasional sehingga dapat memacu pertumbuhan perekonomian yang lebih tinggi di masa yang akan datang. Hal ini sesuai dengan Keppes No. 38 Tahun 2005 yang mengatakan bahwa seluruh sektor harus mendukung pembangunan pariwisata Indonesia. Apalagi pemerintah sudah merancangkan bahwa pariwisata harus menjadi andalan pembangunan Indonesia.

Kemajuan sektor pariwisata Indonesia, memacu provinsi-provinsi di Indonesia untuk lebih meningkatkan pengelolaan pariwisata di daerahnya masing-masing. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang mempunyai daya tarik wisata sehingga dapat menarik banyak wisatawan berkunjung ke Jawa Barat. Kota Bandung sebagai ibukota provinsi Jawa Barat merupakan salah satu tujuan wisata yang diminati wisatawan .

Indonesia kaya akan daerah wisata , khusunya di daeraha Jawa Barat yaitu Kota Bandung merupakan salah satu objek wisata yang patut diperhitungkan di indonesia. Bandung termasuk kota yang memiliki banyak tempat wisata yang bernuansa alam, karena Bandung adalah kota yang kaya akan kekayaan alam membuat Bandung di juluki sebagai kota Kembang dan Paris Van Java. Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata yang memiliki beberapa jenis wisata yaitu wisata alam berupa gunung, kawah, danau, air terjun, area perkemahan dan

perkebunan, wisata budaya seperti terdapat museum, monumen dan patung bersejarah, wisata belanja seperti banyaknya butik, *factory outlet*, distro, *mall*, toko *souvenir*, wisata kuliner dan wisata *outbound* serta wisata buatan seperti taman dan kebun binatang. Besarnya minat wisatawan berkunjung ke Bandung memicu meningkatkan peluang dalam jenis berbisnis baik objek wisatanya itu sendiri maupun usaha-usaha lain yang berhubungan dengan aktivitas wisata seperti akomodasi hotel, transfortasi, kuliner dan lain sebagainya.Hal ini merupakan suatu daya tarik para wisatawan mancanegara untuk melakukan kunjungan ke kota Bandung . Berikut Tabel 1.1 merupakan data Perkembangan kunjungan wisatawan mancenaegara ke kota Bandung Januari - Desember 2014 dan Januari – Desember 2015 :

Tabel 1.1
Perkembangan Wisatawan Mancanegara ke kota Bandung

Wisatawan yang melalui pintu masuk Bandara Husein Satranegara		
Bulan	Tahun 2014	Tahun 2015
Januari	16.257	10.373
Febuari	14.560	13.008
Maret	21.463	15.130
April	13.490	16.884
Mei	14.588	18.902
Juni	16.899	15.314
Juli	6.166	6.619
Agustus	10.545	10.232
September	14.068	10.531
Oktober	15.018	10.722
November	16.539	14.858
Desember	20.799	16.983

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, data diolah peneliti

Dilihat dari Tabel 1.1 Menunjukan bahwa terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara setiap bulan, pada januari 2014 kebulan

januari 2015 penurunan tercatat sebanyak 5.884 orang, bulan maret 2014 ke bulan maret 2015 penurunan tercatat sebesar 6.333 orang , pada bulan oktober 2014 ke bulan oktober 2015 penurunan tercatat sebanyak 4.296 dan dari bulan desember 2014 ke bulan desember 2015 penurunan tercatat sebanyak 3.816 orang.

Seiring dengan Perkembangan jumlah pariwisata di jawa barat tak lepas dari banyak kunjungan wisatawan mancanegara ke kota Bandung, industri perhotelan sebagai akomodasi pariwisata ikut tumbuh dan perkembang secara pesat, sehingga menimbulkan persaingan sangat ketat. Disisi lain hal ini menjadi peluang yang menguntungkan bagi para pengusaha untuk berinvestasi dalam industri perhotelan.

Fabu Hotel merupakan salah satu hotel bintang 3 yang berlokasi di JL.kebonjati no 32 Bandung. Hotel ini memiliki konsep bernuansa warna biru , Fabu hotel ini memiliki 86 kamar dan metting room. Fabu Hotel memiliki berbagai tipe kamar yaitu superior dengan ukuran $18m^2$, Deluxe dengan ukuran $20m^2$, Loft dengan ukuran $24m^2$, Junior Suite dengan ukuran $27m^2$, Suite dengan ukuran $40m^2$. Fabu Hotel Bandung memiliki posisi yang sangat bagus di pusat hiburan keluarga, berbelanja , restoran di Bandung. Hotel ini terletak 0.6 km dari pusat kota dan menyediakan kemudahan akses ke fasilitas – fasilitas penting di kota bandung. Dengan lokasi yang strategis, hotel ini menawarkan akses ke destinasi yang di kunjungi di kota Bandung.

Fabu Hotel Bandung dilengkapi dengan fasilitas yang terbaik. Fasilitas terbaik hotel ini termasuk Wi-Fi gratis di semua kamar,Restoran, kedai kopi, satpam 24 jam, layanan kebersihan harian, layanan taksi, akses mudah untuk kursi

roda, layanan lundry, layanan kamar 24 jam, resepsionis 24 jam ,area meroko, taman dan tempat parkir mobil. Suasana Fabu Hotel Bandung tercermin di setiap kamarny,televisi layar datar , akses internet WiFi (gratis), kamar bebas asap rokok, AC hanyalah beberapa dari fasilitas yang dapat di nikmati. Data Selisih Jumlah Tamu Fabu Hotel Bandung pada Bulan Januari-Juni 2015 dan Januari – Juni 2016 , Berikut data perbandingannya :

Tabel 1.2
Data jumlah tamu Fabu Hotel pada bulan Januari –Juni 2015 / 2016

No	Bulan	Tahun 2015	Tahun 2016	Selisih	Presentase Kenaikan / Penurunan
1	Januari	2.500	3.450	950	27,53%
2	Febuari	3.480	3.174	306	-8,79%
3	Maret	4.836	4.270	566	-11,70%
4	April	3.360	3.725	365	9,79%
5	Mei	4.080	4.238	158	3,72%
6	Juni	4.740	3.215	1.525	-32,17%
Jumlah		22.996	22.072	924	-4,01%

Sumber : Data Fabu Hotel

Tabel 1.2 Menunjukan bahwa terjadinya fluktuasi jumlah tamu pada setiap bulan, pada bulan januari mengalami kenaikan sebesar 27,53% lalu pada bulan febuari mengalami penurunan -8,79%, bulan maret mengalami peneurunan sebesar -11,70% , bulan maret mengalami kenaikan sebesar 9,79%, bulan mei naik sebesar 3.72% dan pada bulan juni kembali mengalami penurunan sebesar -32,17%. Hal ini di sinyalir disebabkan karena kurangnya minat konsumen untuk melakukan keputusan terhadap fabu hotel, sehingga menyebabkan konsumen memilih hotel lainnya selain Fabu Hotel.

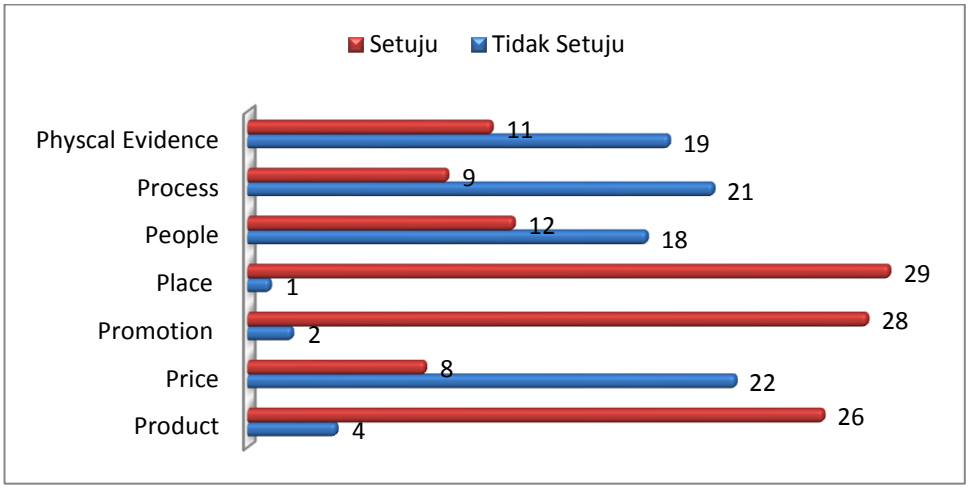
Melihat penyebab fenomena yang terjadi, penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden secara acak kepada tamu Fabu Hotel Bandung . Penelitian pendahuluan tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan proses keputusan konsumen yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan di Fabu Hotel Bandung. Faktor yang dapat mempengaruhi proses keputusan diantaranya adalah bauran pemasaran jasa. Fabu Hotel bandung adalah usaha yang bergerak di bidang jasa yang tidak hanya menjual produk tetapi juga memberikan *service* kepada kosumen dalam proses pembelian produk. Berikut ini adalah tabel 1.3 dari survey awal yang dilakukan dengan memberikan beberapa pernyataan kepada responden :

Tabel 1.3
Survey Awal (Kuesioner Pendahuluhan)

Bauran Pemasaran jasa	PERNYATAAN
Product	Penampilan kamar yang disediakan Fabu Hotel terlihat menarik
Price	Harga produk Fabu Hotel sesuai dengan manfaat
Promotion	Fabu Hotel membuat publikasi melalui internet
Place	Lokasi Fabu Hotel dapat dijangkau dengan mudah oleh kendaraan dan transportasi umum.
People	Pelayanan Keluhan dari para tamu selalu direspon dengan cepat oleh karyawan hotel
Process	Proses check in dan check out yang mudah dilakukan
Physcal evidence	Fabu Hotel memiliki fasilitas tempat parkir luas

Sumber : Olah data penulis 2016

Dari hasil survey awal yang peneliti lakukan ditemukan faktor penyebab menurunnya jumlah tamu hotel, dapat dilihat dari gambar dibawah ini yang merupakan hasil rekapitulasi kuesioner pendahuluan:



Sumber : Data diolah peneliti 2016

Gambar 1.1
Hasil Rekapitulasi Penelitian Pendahuluan

Berdasarkan gambar 1.1 yang merupakan hasil pra survey kuesioner pendahuluan bahwa dari 30 orang responden yang mendominasi tidak setuju adalah Price 22 orang yang berarti Harga Fabu Hotel tidak sesuai dengan manfaat , Process 21 orang yang berarti lamanya proses check-in dan check-out ,Physcal evidence 19 orang yang berarti fasilitas tempat parkir yang dimiliki sempit , people 18 orang yang berarti Pelayanan Keluhan dari para tamu tidak direspon dengan cepat oleh karyawan. Hal tersebut menunjukan aspek kualitas pelayanan dan harga yang berpengaruh terhadap Proses keputusan konsumen menginap di Fabu Hotel. Kondisi tersebut dikarenakan konsumen merasa bahwa pelayanan yang diberikan Fabu Hotel belum maksimal dalam melayani.

Proses Keputusan pembelian timbul karena adanya penilaian objektif atau karena dorongan emosi, proses keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktifitas yang dipengaruhi faktor internal maupun eksternal. Kualitas

pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada proses keputusan pembelian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi proses keputusan menginap konsumen, sehingga akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan jasa. Begitu juga dengan harga yang ditawarkan, semakin terjangkau harga yang diberikan maka akan semakin tinggi proses keputusan menginap kosumen.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Menurut Fandy Tjiptono (2012:157) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, Maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Setiap prusahaan jasa dituntut memiliki pelayanan prima dalam menjalankan roda usahanya. Ditengah persaingan pasar

yang semakin ketat, para pengusaha jasa biasanya berupaya sebisa mungkin untuk bertahan. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan menarik sebanyak mungkin pelanggan dan mempertahankannya.

Dengan melihat pentingnya harga berpengaruh terhadap proses keputusan konsumen perusahaan yang perlu memikirkan tentang harga jual produknya secara cepat karena harga yang tidak tepat berakibat tidak menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Penetapan harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai suatu produk dengan harga yang ditetapkan dapat terjangkau dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Teori penghubung antara harga dengan proses keputusan pembelian Menurut Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa konsumen dalam mengambil proses keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyaknya dipengaruhi oleh rangsangan pemasaran yaitu: price, produc,place (Marketing mix) yang telah diterapkan perusahaan selama ini.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai proses keputusan pembelian yang mempunyai hubungan erat terhadap sikap konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian dimana kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan proses keputusan untuk membeli produk atau jasa. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Proses Keputusan Untuk Menginap Pada Fabu Hotel Bandung (Suatu survey pada Tamu Fabu Hotel Bandung)”.**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian dari permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap variabel kualitas pelayanan, Harga terhadap Proses keputusan pembelian konsumen.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas maka masalah yang timbul diidentifikasikan sebagai berikut :

1. Fasilitas tempat parkir sempit
2. Karyawan kurang cepat tanggap dalam melayani tamu
3. Penurunan jumlah tamu Hotel.
4. Ketatnya persaingan industri perhotelan di Kota Bandung.
5. Penurunan jumlah wisatawan mancanegara.
6. Persaingan perang tarif di Kota Bandung semakin ketat
7. Lamanya proses check-in dan check-out
8. Pelayanan yang kurang optimal
9. Harga tidak sesuai dengan manfaat.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaiman Pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada Fabu Hotel Bandung.
2. Bagaimana Tanggapan Tamu Hotel Terhadap Kualitas Pelayanan pada Fabu Hotel Bandung

3. Bagaimana Pelaksanaan Harga yang dilakukan Fabu Hotel Bandung.
4. Bagaimana Tanggapan Tamu Hotel Terhadap Harga yang dilakukan Fabu Hotel Bandung
5. Bagaimana Tanggapan Proses Keputusan Pembelian Tamu di Fabu Hotel Bandung
6. Seberapa besar pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga pada Fabu Hotel Bandung terhadap proses keputusan pembelian Tamu Hotel secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui **:**

1. Pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada Fabu Hotel Bandung.
2. Tanggapan Tamu Hotel Terhadap Kualitas Pelayanan pada Fabu Hotel Bandung
3. Pelaksanaan Harga yang dilakukan Fabu Hotel Bandung.
4. Tanggapan Tamu Hotel Terhadap Harga yang dilakukan Fabu Hotel Bandung
5. Tanggapan Proses Keputusan Pembelian Tamu pada Fabu Hotel Bandung
6. Besarnya pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga pada Fabu Hotel Bandung terhadap proses keputusan pembelian Tamu Hotel secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penulis diatas. Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat berguna baik secara akademis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan secara akademis:

a. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap literatur manajemen pemasaran mengenai pengembangan teori yang berkaitan dengan Kualitas pelayanan , harga dan proses keputusan konsumen.
b. Bagi para peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan praktis

1). Bagi penulis

a. Mengetahui bagaimana tata cara kerja di perhotelan.
b. Gambaran tentang penerapan pelayanan dan harga yang dilakukan pihak Fabu Hotel Bandung.
c. Mengetahui tata cara proses keputusan pembelian tamu di Fabu Hotel Bandung.
d. Guna mengolah pola pikir peneliti tentang ilmu dan pengetahuan untuk mendewasakan perilaku peneliti.
e. Bagi peneliti dapat memperoleh informasi tentang dunia pekerjaan dan memiliki rasa tanggung jawab atas laporan yang peneliti lakukan.

2). Bagi Fabu Hotel Bandung

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran – saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam kualitas pelayanan dan harga terhadap proses keputusan Pembelian.