

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Penelitian

Perkembangan kegiatan ekonomi senantiasa memberikan pengaruh terhadap aspek pemasaran. Manajemen perusahaan dituntut untuk mempunyai konsep pemasaran yang tepat agar senantiasa mampu mengatasi persaingan dalam dunia bisnis. Pada umumnya, setiap perusahaan menganut sistem pemasaran yang berorientasi kepada konsumen yaitu sistem pemasaran yang senantiasa berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam perkembangannya, sektor pariwisata turut berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional karena dengan keberadaannya dapat memberikan sumbangan pemasukan bagi devisa negara, memperluas lapangan kerja, serta memperkenalkan kebudayaan nasional sehingga patut untuk dikembangkan.

Obyek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa dengan harapan agar konsumen datang untuk berkunjung dan menikmati obyek wisata yang ditawarkan. Untuk dapat menarik kepuasan konsumen, pengelola harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen. Secara umum industri jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan manufaktur, karena pada industri jasa produk yang dihasilkan tidak berwujud secara fisik. Karakteristik yang berbeda pada industri jasa seringkali menyebabkan pelanggan sulit untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas sehingga ukuran kualitas sering mengacu pada persepsi

pelanggan. Tidak jarang persepsi pelanggan terbentuk berdasarkan *servicescape*, yaitu buktibukti fisik yang seolah-olah membungkus layanan yang bersangkutan dan mencerminkan suatu citra eksternal dari apa yang ada di dalamnya pada pelanggan. Kualitas layanan terbaik merupakan suatu *profit strategy* untuk memikat lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari kaburnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi perusahaan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan (Tjiptono, 2014). Menurut Wicaksono (2012), evaluasi pelanggan terhadap jasa/layanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dengan tafsiran atau persepsi mengenai jasa yang senyatanya diterima. Perbandingan antara keduanya akan menimbulkan rasa puas atau tidak puas sehingga persepsi memiliki kaitan erat dengan tingkat kepuasan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada pelanggan yang memberikan kualitas memuaskan (Tjiptono, 2014). Kepuasan pelanggan sebelumnya akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kepuasan akan timbul setelah seseorang telah mengalami pengalaman dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa tersebut.

Tingkat pelayanan kepuasan jasa di Subang telah mengalami penurunan dari sisi pariwisata (akomodasi, hotel, kamar tidur) pada tahun 2011-2015. Salahsatu bentuk contohnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

**Banyaknya Hotel dan Restoran/Rumah Makan di Kabupaten Subang
2011-2015**

TAHUN	HOTEL		RESTORAN/ RUMAH MAKAN
	BERBINTANG	NON-BINTANG	
2011	2	32	146
2012	2	31	150
2013	2	31	151
2014	3	31	152
2015	4	31	152
JUMLAH	13	156	751

Sumber : BPS kabupaten Subang

Seiring diberlakukannya Inpres No. 7/1987, yang terkait dengan kebijakan pemerintah dalam pengembangan industri jasa hotel, restoran, cafe, pub dan sejenisnya membuat pertumbuhan industri pariwisata semakin meningkat di Subang. Hal ini dapat dilihat dari beberapa kalangan merupakan peluang usaha untuk memperoleh laba. Pertumbuhan dari tahun ke tahun mengalami angka peningkatan yang dikarenakan lonjakan pengunjung setiap tahunnya. Objek wisata merupakan destinasi masyarakat untuk menghabiskan liburan bersama keluarga atau rekan. Objek wisata di Jawa Barat berpengaruh pada tingkat

kunjungan wisatawan. Pertumbuhan industri parawisata yang begitu pesat di Jawa Barat khususnya di Subang, telah membuat beberapa objek wisata yang dapat bersaing profesional dalam industri ini terjadi peningkatan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun di kota Subang.

Tabel 1.2
Perkembangan Pengunjung Hotel di Kabupaten Subang

Tahun	Persentase pertumbuhan
2011	12,03 %
2012	9,17 %
2013	9,84 %
2014	11,73 %
2015	11,23 %

Sumber : BPS Kabupaten Subang

Dari tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan ekonomi setiap tahunnya mengalami fluktuatif dari tahun 2011 hingga 2015. Banyaknya cafe, restoran dan objek wisata yang memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri keadaan ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia parawisata dan memaksa perusahaan untuk bergerak cepat dan bersifat fleksibel dalam menanggapi perubahan-perubahan yang terjadi. Berikut daftar hotel dan resort yang ada di Ciater-Subang:

Tabel 1.3
Daftar *Hotel & Resort* di Ciater-Subang

No	Nama	Alamat
1	<i>Kiara Hot Spring Pool & Resort</i>	Jl. Raya Ciater-Subang 41281 Jawa Barat
2	<i>Gracia SPA Resort & Hotel</i>	Jl. Blok Dawuan, Desa Cikondang, Ciater, Nagrak, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41281
3	<i>Kunang-Kunang Hot Spring & Resort</i>	Jl. Raya Ciater-Subang 41281 Jawa Barat
4	<i>Sari Alam Hot Spring Resort & Hotel</i>	Jl. Desa Nagrak Ciater, Nagrak, Subang, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41281

Ketatnya iklim persaingan di Ciater-Subang mengharuskan para pelaku bisnis memperhatikan konsumen yang cepat berubah. Dalam Perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya, setiap usaha penyedia layanan jasa perlu memperhatikan usaha-usaha apa saja yang perlu ditingkatkan dan diberikan oleh konsumen sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen. Perusahaan dapat melakukan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dimana tujuan dari pemasaran itu sendiri untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Sepertihalnya objek wisata di Kab. Subang yang menggunakan kualitas pelayanan sebagai bagian utama dari usahanya adalah *Resort Sari Ater Hot Spring Hotel & Resort*. *Resort Sari Ater Hot Spring Hotel & Resort* terbilang objek wisata yang didirikan sejak 1968. Bergerak dibidang objek wisata di Kab.Subang yang menmberikan pelayanan jasa sebagai menu utamanya selain itu *Sari Ater Hot Spring Hotel & Resort* ini juga menyediakan berbagai fasilitas seperti

pemandian air panas, restoran, hotel untuk para turis domestik ataupun asing. Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort* dituntut untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan terhadap konsumen, dengan menetapkan harga yang terjangkau, kualitas pelayanan, kualitas kebersihan, menjadikan objek wisata yang sesuai dengan keinginan masyarakat.

Sesuai perkembangan, maka sarana dan prasarana serta paket wisata yang ada di Sari Ater *Hot Spring Hotel Resort and Recreation* juga berkembang sesuai dengan kebutuhan yang akan datang. Saat ini perusahaan terus berupaya menyajikan segala kemudahan dan fasilitas bagi pengunjung baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Dengan kualitas jasa yang kurang baik, kehadiran pengunjung di Sari Ater tetap terjadi beberapa penurunan yang tidak terlalu signifikan dan garis linier yang menunjukkan tingkat penurunan pengunjung pada Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1.4.

Tabel 1.4
Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*

No.	Month	Jumlah	Pendapatan
		Order	
1	Januari	1292	Rp. 64.600.000
2	Febuari	1003	Rp. 50.150.000
3	Maret	1109	Rp. 55.450.000
4	April	1802	Rp. 90.100.000
5	Mei	1906	Rp. 95.300.000
6	Juni	2853	Rp. 142.650.000
7	Juli	4487	Rp. 224.350.000
8	Agustus	1304	Rp. 65.200.000
9	September	1134	Rp. 56.700.000
10	Oktober	1263	Rp. 63.150.000
11	November	1690	Rp. 84.500.000
12	Desember	2407	Rp. 120.350.000
Total		22.250	Rp. 1.112.500.000

Sumber: Data Statistik dari Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort* (data diolah)

Apabila dibiarkan akan mengancam eksistensi Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort* yang menunjukkan persaingan objek wisata di JawaBarat sangat tinggi. Setiap perusahaan akan berusaha untuk menjadi yang terbaik dalam pelayanan dan fasilitas rekreasi yang ditawarkan karena dengan demikian akan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung pada objek wisata tersebut.

Tabel 1.4
Hasil Pra Penelitian tentang Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan konsumen

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
		Jumlah	Jumlah
Variabel Kualitas Pelayanan			
1	Penampilan karyawan menarik	12	18
2	Kehandalan karyawan dalam melayani pelanggan	11	19
3	Respon karyawan dalam melayani	11	19
4	Ketepatan Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat	13	17
5	Ketepatan waktu karyawan dalam pelayanan	14	16
Variabel Harga			
1	Harga yang diterapkan relatif lebih murah	12	18
2	Kewajaran harga yang diterapkan	10	20
Kepuasan Konsumen			
1	Keinginan untuk membeli kembali	8	22
2	Memberikan informasi kepada orang lain	7	23
3	Kesetiaan pada Sari Ater <i>Hot Spring Hotel & Resort</i>	9	21
4	Keputusan membeli pada Sari Ater <i>Hot Spring Hotel & Resort</i>	9	21

Sumber : Pra survey

Kuesioner pra penelitian diberikan kepada 30 orang responden konsumen Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*. Hasil dari kuesioner tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga yang diterapkan oleh Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort* sedang mengalami masalah. Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*

harus melakukan perubahan strategi, misalnya dengan cara melakukan evaluasi mengenai harga yang ditawarkan oleh pihaknya apakah telah sesuai dengan pangsa pasar, sejauh mana keragaman produk-produk yang ditawarkannya mampu menarik minat beli konsumen.

Kualitas Pelayanan berperan penting untuk sebuah objek wisata karena dapat mempengaruhi suasana pada diri konsumen ketika menikmati suasana yang disediakan oleh Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*, suasana tersebut dapat mendatangkan reaksi emosi dari konsumen. Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort* tidak hanya dapat memberikan suasana lingkungan yang menyenangkan saja, tetapi juga memberikan nilai tambah terhadap produk yang dijual.

Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu kepuasan konsumen terhadap suatu produk maupun jasa. Produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman dan kebutuhan pokok lainnya, konsumen akan sangat memperhatikan harganya.

Mengingat *Kualitas Pelayanan Jasa* dan *Harga* merupakan salah satu faktor penting untuk mempengaruhi kepuasan konsumen, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT. SARI ATER *HOT SPRING HOTEL & RESORT* CIATER-SUBANG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi oleh pihak Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort* adalah sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan pengunjung Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*
2. Tidak dapat mempertahankan jumlah pengunjung di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*
3. Harga di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort* dalam tergolong menengah keatas
4. Pelayanan Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort* dalam belum memuaskan

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*
2. Bagaimana Penetapan Harga di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*
3. Bagaimana Kepuasan Konsumen di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*
4. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis memperoleh data dan informasi yang memberikan gambaran tentang pelaksanaan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Kualitas Pelayanan Jasa di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*.
2. Penetapan Harga di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*.
3. Kepuasan Konsumen di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*.
4. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*

1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri, tetapi tulisan ini juga berguna bagi para pembacanya secara langsung maupun tidak langsung.

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut dalam penelitian tentang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.

a. Bagi Penulis

1. Dapat mengetahui tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*.

2. Dapat mengetahui tanggapan konsumen mengenai harga di Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*.
 3. Dapat mengetahui hal-hal mengenai kepuasan konsumen pada Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*.
- b. Bagi Perusahaan
1. Dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.
 2. Dapat digunakan sebagai strategi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan konsumen yang ada.
 3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam upaya pemecahan permasalahan yang ada di perusahaan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort*.
- c. Bagi Pihak Lain
1. Dapat memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu manajemen pemasaran.
 2. Sebagai sarana informasi bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian dibidang yang sama.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak Sari Ater *Hot Spring Hotel & Resort* dalam pengambilan keputusan guna memperhatikan pelayanan serta harga dalam melaksanakan kegiatan bisnis.

Dan bagi pihak lain penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.