**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Penelitian**

Era globalisasi seperti sekarang ini dimana sistem informasi yg semakin maju secara tidak langsung akan mempengaruhi persaingan pasar dalam dunia bisnis menjadi semakin kompetitif, dan mempengaruhi pola hidup masyarakat dalam keputusan mendapatkan barang dan jasa. Pada masa sekarang ini pembangunan di sektor perekonomian mengalami perubahan yang meningkat. Hal ini terlihat dari berubahnya tingkat kesejahteraan masyarakat yang cenderung meningkat. Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat munculah berbagai macam kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh masyarakat sehingga hal ini tentu saja membuka kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan bisnisnya.

Kita dapat melihat banyaknya pembangunan hotel di berbagai kota di Indonesia. Di Bandung misalnya karena permintaan pasar yang semakin meningkat terhadap kebutuhan akan hotel yang nyaman dan representatif. Mungkin fungsi hotel bagi kebanyakan orang dianggap kurang penting, namun bagi mereka yang memiliki aktivitas bisnis yang padat yang mengharuskan mereka pergi dari berbagai kota menuju Bandung untuk berbisnis hal ini tentu saja sangat penting, karena mereka membutuhkan tempat istirahat yang nyaman sebelum kembali menjalankan bisnisnya. Hotel tidak hanya berfungsi sebagai tempat beristirahat, tapi juga dapat berfungsi sebagai tempat rapat, pertemuan-pertemuan, acara-acara ulang tahun, maupun acara pernikahan

Kota Bandung sebagai ibukota provinsi Jawa Barat juga merupakan salah satu tujuan wisata yang diminati wisatawan . 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, sesuai dengan Peraturan Mentri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang standar usaha hotel yang menjelaskan bahwa Usaha Hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar - kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan. hotel menurut Pasal 14 Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan adalah salah satu bagian dari usaha pariwisata yang memberikan layanan berupa penyediaan akomodasi beserta pelayanan makanan dan minuman kepada para wisatawan, sedangkan yang dimaksud dengan usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata.

Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.PM.10/PW.30l/Phb.77,tanggal 12 Desember 1977, menyatakan bahwa hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan penginapan berikut makan dan minum. Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor: KM 34/HK1 03/MPPT 1987 menyatakan bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya untuk umum, yang dikelola secara komersial serta memenuhi persyaratan yang ditetapkan di dalam keputusan pemerintah.

Tabel 1.1 yang menjelaskan mengenai jumlah akomodasi hotel menurut klasifikasi di kota bandung.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung 2016**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Klasifikasi** | **Jumlah**  | **Kamar** |
|
| Hotel Bintang 5 | 9 | 1 870 |
| Hotel Bintang 4 | 32 | 3 651 |
| Hotel Bintang 3 | 42 | 3 507 |
| Hotel Bintang 2 | 25 | 1 500 |
| Hotel Bintang 1 | 10 | 382 |
| Non Bintang | 218 | 6 041 |
| Sumber/*Source*: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung |

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah hotel di bandung paling banyak berada di klasifikasi Non bintang sebanyak 218 hotel, sedangkan paling sedikit adalah klasifikasi hotel bintang 5 sebanyak 9 hotel. Hal ini dirasa masih wajar karena para pelaku usaha hotel bintang 5 memerlukan investasi yang besar untuk memenuhi standar hotel bintang 5, sehingga hal ini membuat jumlah hotel bintang 5 masih sedikit di Kota Bandung. Sedangkan pada hotel non bintang berjumlah 218 hotel karena dari segi investasi masih terjangkau bagi para pelaku usaha hotel

**Tabel 1.2**

**Jumlah Wisatawan yang Menginap di Hotel Kota Bandung**

**Tahun 2011 – 2016 (Jiwa)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tahun | Wisatawan | Jumlah | Perkembangan% |
| Mancanegara | Domestik |
| 2011 | 225 585 | 6 487 239 | 6 712 824 | 0 |
| 2012 | 176 855 | 5 080 584 | 5 257 439 | -28 |
| 2013 | 176 432 | 5 388 292 | 5 564 724 | 6 |
| 2014 | 180 143 | 5 627 421 | 5 807 564 | 4 |
| 2015 | 183 932 | 5 877 162 | 6 061 094 | 4 |
| 2016 | 173 036 | 4 827 589 | 5 000 625 | -21 |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan baik mancanegara maupun nusantara mengalami trend yang fluktuatif, ini dapat dilihat dari data jumlah wisatawan dari 2011 – 2012 mengalami penurunan sebesar 28% persen, sedangkan di tahun – tahun mendatang sampai tahun 2015 terlihat mengalami trend yang positif bahkan di bilang stabil sampai tahun 2015, namun pada tahun 2016 mengalami penurunan yang signifikan sebesar 21%, hal ini menjadi perhatian dalam sektor pariwisata Kota Bandung mengingat pembangunan Kota Bandung sudah dilakukan secara besar besaran namun malah menurunkan sektor wisata dari segi pengunjung.

Widyawati (2011: 74) mengatakan industry pariwisata terdapat berbagai jenis bisnis yang menunjang pariwisata yaitu salah satunya bisnis perhotelan. Hotel merupakan sarana tempat beristirahat bagi wisatawan mancanegara maupun nusantara. Kenyamanan pengunjung hotel dalam menggunakan jasa hotel merupakan persyaratan utama, sehingga para pengelola hotel harus menciptakan kenyamanan sebaik mungkin agar jasa hunian hotel dapat dipertahankan.

Hotel breeze adalah hotel salah satu hotel unik di Bandung yang berlokasi di Jl Pon­dok Hijau Per­mai, Block I No.11, Ciwaruga, Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat merupakan kawasan wisata yang menjadikan lokasi tersebut strategis untuk bisnis perhotelan ditambah dengan cuaca kota bandung yang sejuk. Hotel ini di design dengan konsep seni dan alam. Hotel ini hanya punya 12 kamar saja sehingga hotel ini sangat terbatas untuk kapasitas tamunya. Hotel ini mempunyai museum sebagai fasilitas nya sehingga para tamu bisa menikmati karya karya seni seniman seniman ternama di indonesia, di tambah dengan para staf nya yang dapat memandu para tamu untuk menjelaskan arti dari karya seni yang di pamerkan. Dengan segala fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh hotel ini maka hotel ini dapat dikatagorikan sebagai hotel untuk kalangan menengah keatas.

**Tabel 1.3**

**Data Pengunjung Hotel Breeze Bandung 2017**

|  |  |
| --- | --- |
| Bulan | Jumlah Pengunjung |
| Juni | 24 |
| Juli | 34 |
| Agustus | 34 |
| September | 28 |
| Oktober | 31 |
| November | 27 |

Sumber : Hotel Breeze Bandung

Berdasarkan segi pengunjung memang hotel breeze bisa dikatakan sepi pengunnjung, untuk menutupi operasionalnya hotel breeze lebih mengandalkan penjualan dari barang barang seni yang mereka hasilkan karena sesuai dengan konsep mereka *Art And Boutique Gallery.* Sehingga persaingan Hotel Breeze Bandung terasa sangat berat untuk itu kepuasan konsumen dapat menjadi salah satu solusi bagi Hotel Breeze Bandung untuk meningkatkan konsumennya karena diharapkan dengan kepuasan konsumen dapat menciptakan konsumen konsumen yang loyal bagi Hotel Breeze dan dengan kepuasan konsumen dapat membangun pola promosi dari mulut ke mulut. Menurut Kotler (2009) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan - harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

**Tabel 1.4**

**Data Keluhan Hotel Breeze Bandung**

|  |  |
| --- | --- |
| Bulan | Jumlah Keluhan  |
| Juni | 1 |
| Juli | 2 |
| Agustus  | 3 |
| September | 1 |
| Oktober  | - |
| November | 4 |

Sumber : Hotel Breeze Bandung

Untuk mengetahui masalah – masalah yang dihadapi oleh Hotel Breeze Bandung dalam mengatasi kepuasan pelanggan maka penulis mencoba mengamatinya melalui pra survey terhadap 30 responden. Hasilnya adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.5**

**Hasil Pra Survey Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Hotel Breeze Bandung**

| No | Dimensi | Pertanyaan | Persentase Nilai |
| --- | --- | --- | --- |
| SS | S | KS | TS | STS |
| 1 | Lokasi | Lokasi Hotel Breeze dekat dan terlihat dari jalan raya | 8 | 11 | 46 | 21 | 14 |
| Akses menuju Hotel Breeze mudah dan tidak macet | 4 | 21 | 51 | 15 | 9 |
| 2 | Promosi | promosi yang dilakukan Hotel Breeze cepat sampai pada konsumen | 2 | 5 | 61 | 31 | 1 |
| Hotel Breeze selalu melakukan diskon pada momen tertentu | 0 | 25 | 33 | 38 | 4 |
| 3 | Kualitas Pelayanan | Karyawan Hotel Breeze selalu cepat dalam menyelesaikan pekerjaan | 2 | 24 | 34 | 27 | 13 |
| Karyawan Hotel Breeze selalu cepat tanggap dalam menanggapi keluhan | 10 | 18 | 36 | 28 | 8 |
| 4 | Physical Evidence | Gedung hotel yang nyaman bagi konsumen | 32 | 27 | 28 | 13 | 0 |
| Fasilitas hotel yang bisa dinikmati konsumen | 23 | 31 | 25 | 21 | 0 |

Sumber : Hasil Pra Survei November 2017

Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa hasil pra survey yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan promosi memperoleh hasil yang tertinggi dari ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dengan presentase keseluruhan sebesar 42,5%, lokasi sebesar 38,6%, kemudian kualitas pelayanan sebesar 34,1% selanjutnya kepuasan pengunjung dengan persentase keseluruhan sebesar 37,2%. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan, Lokasi dan kualitas pelayanan kemungkinan mempengaruhi kepuasan konsumen di Hotel Breeze Bandung Berdasarkan observasi di lapangan, berikut merupakan beberapa Masalah yang timbul pada kepuasan konsumen pada Hotel Breeze Bandung: (1)promosi penjualan yang merupakan penarik bahkan sumber informasi bagi pelanggan kurang sampai pada konsumen. (2)Lokasi yang strategis kurang dimaksimalkan oleh manajemen hotel. (3)Kualitas pelayanan hotel yang masih harus ditingkatkan bagi para pelanggan agar perlanggan merasa puas menginap di Hotel Breeze Bandung. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisna Mahendraswara yang berjudul “Studi Terhadap Kualitas Pelayanan Di Hotel Grand Candi Semarang”

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Hotel Breeze Bandung. Oleh karena itu, diambil judul penelitian **“Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Hotel Breeze Bandung”**.

**1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Identifikasi masalah merupakan proses merumusakan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup di dalam penelitian terhadap variabel promosi, lokasi dan kualitas perlayanan terhadap kepuasan konsumen.

**1.2.1 Identifikasi masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat di tarik identifikasi masalah yang menimbulkan permasalahan yang ada yaitu sebagai berikut Bagaimana Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Breeze Bandung

1. Tingkat persaingan yang tinggi dalam bisnis perhotelan di Kota Bandung membuat hotel breeze harus tetap bertahan
2. Tinggat pengunjung hotel breeze yang masih rendah untuk sekelas hotel bintang 4
3. Lokasi hotel breeze kurang dimanfaatkan yang padahal dekat dengan daerah wisata
4. Promosi hotel yang kurang tersampaikan sebagai daya tarik pada perlanggan maupun informasi tentang keberadaan hotel breeze bandung
5. Kualitas Pelayanan yang harus ditingkatkan agar tercapainya kepuasan konsumen sehingga menimbulkan konsumen yang loyal.
6. Kepuasan konsumen yang masih kurang bagi para pelanggan hotel breeze sehingga perlu ditingkatkan

**1.2.2 Rumusan Masalah**

 berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang di kemukankan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap lokasi di Hotel Breeze Bandung
2. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap Promosi di Hotel Breeze Bandung
3. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap kualitas pelayanan di Hotel Breeze Bandung
4. Seberapa besar pengaruh lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Breeze Bandung

**1.3 Tujuan Penelitian**

1. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap lokasi di Hotel Breeze Bandung
2. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap Promosi di Hotel Breeze Bandung
3. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap kualitas pelayanan di Hotel Breeze Bandung
4. Seberapa besar pengaruh lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Breeze Bandung

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

**1.4.1 Penelitian Secara Teoritis**

Secara teoritis penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat kepada :

1. Bagi penulis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penulis dalam dunia pemasaran terutama dalam bidang usaha seperti mengenai permilihan lokasi, promosi dan kualitas pelayanan demi tercapainya kepuasan pelanggan terhadap produk maupun jasa yang kita jual.

1. Bagi perusahaan

Diharapkan perusahaan mendapat tambahan referensi untuk pengambilan keputusan di bidang usahanya, terutama dalam pencapaian kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan tersebut dapat terus berkembang.

**1.4.2 Kegunaan Penelitian Secara Praktis**

Adapun kegunaan penelitian ini secara praktis diantaranya

1. Dapat memenuhi wawasan serta pengetahuan dengan membandingkan teori yang sudah didapat dalam perkuliahan dengan kenyataan yang sesungguhnya yang telah terjadi dalam perusahaan.
2. Dapat dijadikan masukan, berupa saran terhadap masalah yang dihadapi sehingga dapat membantu dalam menentukan lokasi, promosi, ataupun kualitas pelayanan demi tercapainya kepuasan penggan
3. Diharapkan dapat menjadi bahan referensi acuan yang bermanfaat bagi pengkajian dan penelitian yang sejenis sehingga bermanfaat bagi ilmupengetahuan di bidang pemasaran.