

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor yang mempunyai kontribusi besar bagi pengembangan pembangunan perekonomian Kota Bandung. Menjadi salah satu kota yang mempunyai daya tarik wisata yang tinggi, Kota Bandung dikenal sebagai *Paris Van Java*, *City of Heritage* serta sebagai kota kuliner dan *trade center fashion* Indonesia. Selain itu, Kota Bandung kembali mendapat anugerah sebagai salah satu Kota terbaik di bidang pariwisata. Pada prestasi ini menerima dua penghargaan sekaligus yaitu “Yokatta *Wonderful* Indonesia *Tourism Award* 2018” dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Dua penghargaan tersebut yaitu kategori Kabupaten/Kota terbaik di Provinsi Jawa Barat atas prestasi dalam performasi inovasi dan komitmen membangun pariwisata daerah, dan sebagai 10 Kota terbaik tingkat Nasional. Hal tersebut dinyatakan dalam www.bandung.go.id.

Dalam pelaksanaan pariwisata, terdapat pada Peraturan Daerah (Perda) Kota Bandung No. 07 Tahun 2012 tentang pariwisata yang tertuang dalam pasal 1 ayat 8 menyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan Pemerintah Daerah. Sebagai Kota wisata, Bandung mempunyai daya tarik tersendiri sehingga menjadi salah satu tujuan untuk berlibur baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini tentu menjadi peluang yang

besar bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya, baik yang berhubungan dengan objek wisata itu sendiri maupun usaha-usaha lain yang berhubungan dengan aktivitas wisata lain seperti akomodasi hotel, transportasi, *fashion*, kuliner dan lain sebagainya. Berikut ini adalah data kunjungan wisatawan ke Kota Bandung.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara di Kota Bandung
Tahun 2015-2017

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Domestik	M mancanegara	
2015	5.627.421	180.143	5.807.564
2016	5.877.162	183.932	6.061.094
2017	4.827.589	173.036	5.000.625

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2018)

Berdasarkan data pada tabel 1.1 menunjukkan adanya kenaikan dan penurunan kunjungan wisatawan ke Kota Bandung. Pada tahun 2015 sampai 2016 jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Namun, pada tahun 2017 mengalami penurunan kunjungan wisatawan ke Kota Bandung. Hal ini membuktikan bahwa Kota Bandung dapat dikatakan sebagai Kota yang memiliki daya tarik wisatawan yang tinggi serta mempunyai potensi yang besar bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Sebagai salah satu kota tujuan wisata skala nasional, Kota Bandung tentu saja memiliki berbagai macam tipe wisatawan. Berdasarkan *WTO (World Trade Organization)*, wisatawan digolongkan dalam dua kelompok besar, yaitu wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Untuk wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung, dapat juga dikategorikan berdasarkan pengertian dari *WTO* tersebut, yaitu wisatawan domestik dan mancanegara

dimana wisatawan merupakan pengunjung yang datang dan menginap di Kota Bandung. Kelompok ketiga adalah para *day tripper*, yaitu para wisatawan yang datang dan melakukan aktivitas di dalam kurun waktu kurang dari 24 jam dan merupakan wisatawan yang berasal dari daerah-daerah sekitar wilayah Kota Bandung.

Daya tarik yang dimiliki oleh Kota Bandung menarik wisatawan yang berasal dari Pulau Jawa, luar Pulau Jawa, bahkan mancanegara. Menurut *WTO*, wisatawan domestik terdiri dari beberapa jenis wisatawan, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan wisata dan menginap serta wisatawan yang melakukan perjalanan wisata namun tidak menginap. Wisatawan yang berkunjung dan menginap biasanya berasal dari luar Kota seperti Jabodetabek, Yogyakarta, Sumatera dan daerah lainnya. Wisatawan yang melakukan perjalanan wisata namun tidak menginap di Kota Bandung biasanya berasal dari daerah-daerah sekitar seperti Subang, Sumedang, Cianjur dan daerah lainnya, selain itu wisatawan yang tidak menginap di Kota Bandung, mereka memilih untuk menginap di daerah yang memiliki udara jauh lebih sejuk, suasana tenang, dan memiliki wisata alam dengan berbagai pilihan seperti daerah Lembang dan Parongpong yang terletak di Kabupaten Bandung Barat. Keadaan ini tentu menjadi salah satu permasalahan yang harus dikaji dan diperhatikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dan para pelaku usaha akomodasi perhotelan harus memiliki ide-ide kreatif agar dapat menarik perhatian. Karena pada kenyataannya, banyak sekali wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung hanya untuk sekedar wisata kuliner, berbelanja atau berkunjung ke beberapa

tempat wisata, namun masih banyak akomodasi hotel dan penginapan yang tersedia namun kurang diminati. Berikut adalah data wisatawan domestik dan mancanegara yang menginap di Kota Bandung.

Tabel 1.2
Data Wisatawan Menginap di Kota Bandung
Tahun 2015-2017

Wisatawan			Jumlah
Tahun	Domestik	Mancanegara	
2015	4.242.294	176.487	4.418.781
2016	3.874.453	130.039	4.004.492
2017	52.237	6.777	59.014

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2018)

Berdasarkan data pada tabel 1.2 menunjukkan adanya penurunan wisatawan menginap di Kota Bandung. Pada tahun 2015 sampai 2017 jumlah wisatawan menginap baik domestik maupun mancanegara terus mengalami penurunan secara signifikan. Hal ini terjadi atas berbagai faktor sehingga jumlah wisatawan menginap pada 3 tahun terakhir mengalami penurunan. Oleh karena itu, permasalahan menurunnya jumlah wisatawan menginap di Kota Bandung harus ditindaklanjuti karena berpengaruh terhadap sektor perekonomian serta eksistensi perhotelan yang berada di Kota Bandung.

Terdapat berbagai jenis bisnis dalam industri pariwisata yang dapat menunjang pergerakan pariwisata salah satunya yaitu bisnis perhotelan. Hotel merupakan sarana tempat beristirahat bagi wisatawan mancanegara maupun domestik. Kenyamanan pengunjung hotel dalam menggunakan jasa hotel merupakan persyaratan utama, sehingga ini menjadi perhatian khusus bagi para pelaku bisnis hotel untuk menciptakan jasa pelayanan sebaik mungkin agar jasa

hunian hotel dapat dipertahankan. Industri perhotelan di Kota Bandung fluktuatif, karena tinggi rendahnya tingkat hunian hotel sangat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor eksternal mencakup faktor sosial, ekonomi, dan kebijakan pemerintah. Sedangkan faktor internal seperti fasilitas, sarana dan prasarana yang dimiliki oleh hotel serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel. Selain itu, di Kota Bandung terdapat beberapa jenis akomodasi untuk menginap yaitu hotel berbintang, hotel non bintang, *budget* hotel, penginapan remaja, pondok wisata, dan perkemahan.

Berdasarkan blog yang peneliti akses yaitu milik Shabrina Atari (www.arsitag.com) (2015) dijelaskan bahwa salah satu akomodasi untuk menginap yang menjadi pilihan para wisatawan maupun tamu bisnis saat ini adalah *budget* hotel, pemilihan jenis akomodasi ini bertujuan untuk mempertimbangkan antara kebutuhan dan fasilitas yang ditawarkan. *Budget* hotel adalah jenis hotel bintang 2 plus yang memberikan layanan sesuai dengan yang diperlukan oleh tamu sehingga tamu tidak perlu membayar lebih untuk hal yang tidak mereka perlukan saat berada di hotel. Ciri lain dari *budget* hotel adalah dibangun dengan fasilitas dan layanan berkelas, serta keberadaan *budget* hotel berada di tengah kota yang strategis sehingga memudahkan para wisatawan maupun tamu bisnis.

Secara umum, *budget* hotel lebih dikenal dengan istilah “*bed and breakfast*” hotel, karena fasilitasnya memang hanya itu, kamar yang menyediakan tempat tidur dengan kamar mandi dan menyediakan sarapan sederhana bagi tamunya. Ukuran kamar juga cenderung lebih kecil dibandingkan dengan hotel

konvensional lainnya, yaitu rata-rata dimulai dari 12 m² hingga ukuran untuk 2 orang dewasa dengan 1 anak kecil. Identik dengan hotel yang murah dan harga terjangkau serta sesuai dengan kebutuhan seseorang yang hanya membutuhkan tempat tidur saja tanpa fasilitas lain, minimnya fasilitas yang ditawarkan bukan berarti tidak ada fasilitas, akan tetapi pengunjung dapat memilih paket fasilitas yang dibutuhkan dan disediakan oleh manajemen hotel. Namun untuk pelayanan yang diberikan tetap hangat dan *feel like home*. Berikut adalah data *budget* hotel selama 3 tahun terakhir yaitu tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Budget Hotel
Tahun 2015-2017

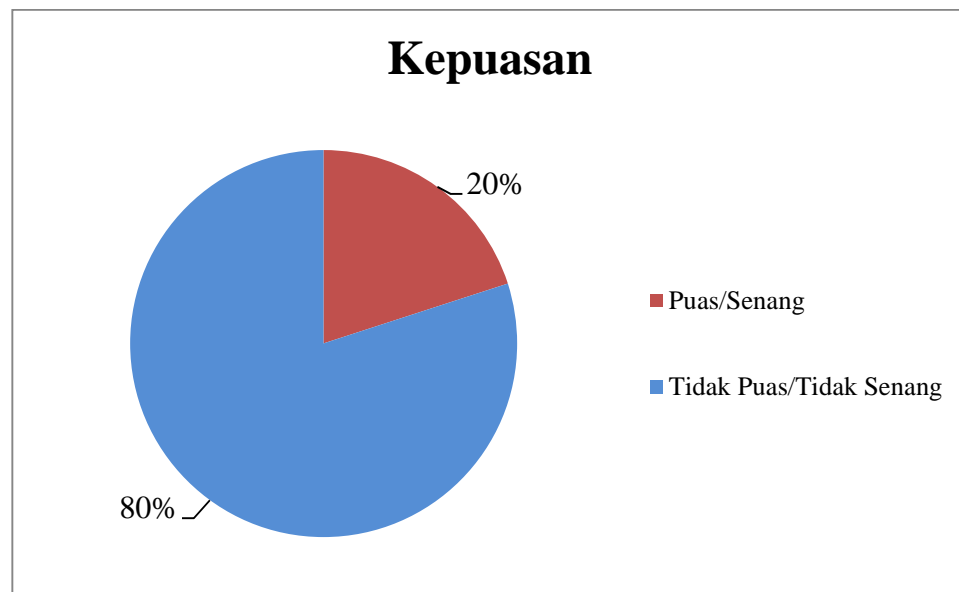
Rank	2015			2016			2017		
	Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
1	Amaris	24.5%	TOP	Amaris	15.4%	TOP	Amaris	25.7%	TOP
2	Ibis Budget	4.3%		Ibis Budget	15.1%	TOP	Fave	21.2%	TOP
3	POP	3.7%		Fave	6.5%		Novotel	13.6%	TOP
4	Fave	3.6%		POP	4.2%		Ibis Budget	11.7%	
5	Tune	2.7%					POP	4.9%	
6	Formula One	1.9%							

Sumber : www.topbrand-award.com (2018)

Berdasarkan data pada tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa terdapat 5 *budget* hotel yang terpilih oleh *top brand award* pada tahun 2015 - 2017. Dasar pemilihan pada *top brand award* adalah berdasarkan atas pilihan pengunjung Indonesia yang dilakukan melalui survey dari *Frontier Consulting Group*. Dari kelima nama daftar di atas, yang termasuk kategori *TOP* pada tahun 2015 adalah

hotel Amaris, kategori *TOP* pada tahun 2016 adalah hotel Amaris dan Ibis Budget dan kategori *TOP* pada tahun 2017 adalah hotel Amaris, Fave Hotel, dan Novotel. Sedangkan yang tidak termasuk kategori *top* yaitu POP hotel yang memiliki *Top Brand Index* terendah yang terus mengalami penurunan secara signifikan dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017.

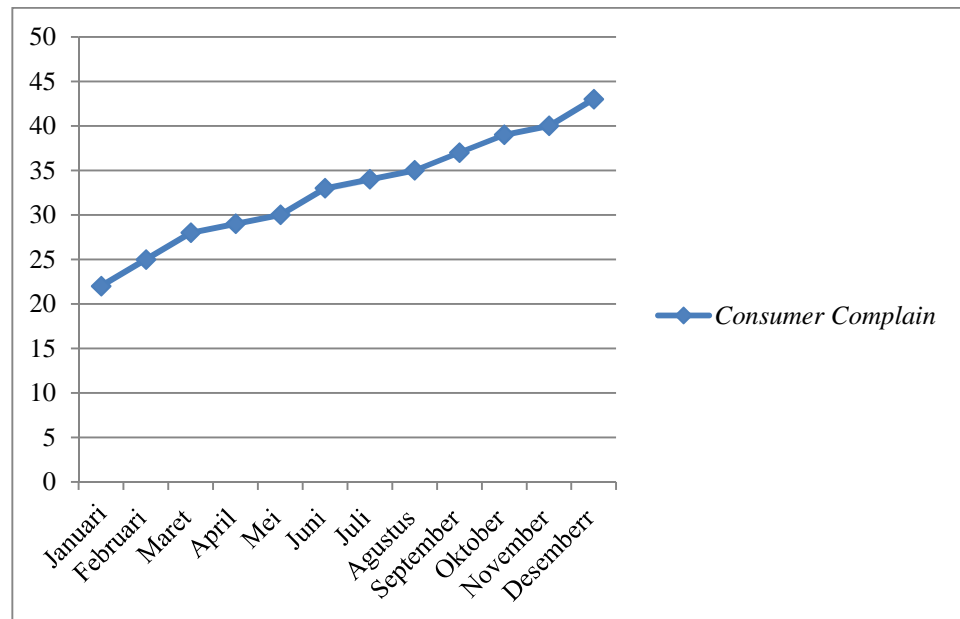
Hal ini menandakan adanya masalah pada layanan POP Hotel Festival Citylink Bandung. Merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan bisnis adalah bagaimana setelah pengunjung menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu jasa, maka pengunjung tersebut merasa puas kemudian berperilaku loyal, dan berkomitmen pada produk tersebut. Namun pada kenyataannya membuat para pengunjung merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh POP Hotel merupakan hal yang sulit untuk dipraktekan karena banyak kendala-kendala yang terjadi dan juga pada dasarnya setiap pengunjung memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di POP Hotel Festival Citylink Jl. Peta No. 241, Pasir Koja, Bandung. Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi POP Hotel Festival Citylink Bandung maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden yang menginap. Dengan membagikan kuesioner maka dapat mengetahui apa keluhannya. Hal ini dilakukan agar pengunjung memiliki rasa percaya terhadap POP Hotel Festival Citylink Bandung yang pada akhirnya akan menghasilkan kepuasan pengunjung pada jasa hotel adalah sebagai berikut:



Sumber : Hasil penelitian pendahuluan 2018

Gambar 1.1
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada gambar 1.1 menyatakan bahwa kepuasan pengunjung terhadap pelayanan POP Hotel Festival Citylink Bandung 20% merasa puas dan 80% merasa tidak puas, dengan melihat data tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pengunjung rendah, hal ini juga sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh pengunjung mengenai pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan. Ketidaksesuaian pelayanan yang diberikan oleh manajemen hotel tentu menjadi suatu hal yang harus dikaji, dicari tahu kebenarannya. Karena dengan mencari tahu tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung, peneliti dapat melihat faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kepuasan pengunjung. Berikut adalah berbagai hal yang dapat membentuk kepuasan atau ketidakpuasan melalui *consumer complain* pada POP Hotel Festival Citylink Bandung:



Sumber: Manajemen POP Hotel Festival Citylink Bandung (2018)

Gambar 1.2
Pengaduan Pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung

Berdasarkan gambar 1.2 grafik tersebut menjelaskan bahwa keluhan atau pengaduan pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung selama bulan Januari 2017 sampai dengan bulan Desember 2017 mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini menunjukkan bahwa adanya ketidakpuasan pengunjung.

Melakukan *complain* kepada pihak manajemen hotel merupakan hal yang wajar dilakukan. Hal ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pihak perusahaan untuk memperbaiki jasa yang diberikan kepada pengunjung dalam memenuhi kebutuhan dan harapan untuk menciptakan kepuasan. Apabila pengunjung merasakan kepuasan maka akan melakukan kunjungan kembali bahkan akan berperilaku loyal dengan merekomendasikan kepada keluarga atau kerabatnya. Sebaliknya, apabila pengunjung tidak merasakan kepuasan maka akan melakukan *complain* kepada pihak manajemen hotel.

Tabel 1.4
Keluhan Pengunjung Mengenai POP Hotel Festival Citylink Bandung

No	Jenis Keluhan	Tahun 2017											
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov	Des
1	Kamar mandi kurang nyaman	5	5	6	6	7	8	7	10	7	9	6	8
2	Sound proofing tidak berfungsi	3	4	5	4	4	6	7	8	7	5	8	7
3	Pelayanan kurang cepat	4	6	6	5	7	5	6	5	8	8	7	9
4	Tidak disediakan toiletries	5	4	6	7	6	6	5	5	6	6	6	6
5	Plang hotel tidak terlihat	2	3	1	5	3	4	4	4	5	6	6	5
6	Tidak tersedia lahan parkir khusus dalam hotel	3	3	4	2	3	4	5	3	4	5	7	8
Total		22	25	28	29	30	33	34	35	37	39	40	43

Sumber : Manajemen POP Hotel Festival Citylink Bandung

Berdasarkan tabel 1.4 menjelaskan bahwa terdapat beberapa masalah yang terjadi dan dikeluhkan oleh pengunjung diantaranya kamar mandi kurang nyaman, *sound proofing* tidak berfungsi, pelayanan kurang cepat, tidak disediakan *toiletries*, plang hotel tidak terlihat dan tidak tersedia lahan parkir khusus di dalam hotel sehingga pengunjung harus berbagi lahan parkir dengan pengunjung mall dan harus melakukan pembayaran parkir. Fasilitas yang diberikan oleh pihak manajemen tidak dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pengunjung. Dengan semua permasalahan yang dikeluhkan oleh pengunjung, perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap hal-hal yang dapat memenuhi kepuasan pengunjung.

Kepuasan konsumen menjadi suatu hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan kepuasan konsumen menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, selain itu memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari, selain itu apabila merasakan kepuasan tentu akan merekomendasikan produk atau jasa yang telah digunakan kepada keluarga dan kerabatnya. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan poin terbesar dalam volume penjualan perusahaan. Memuaskan harapan konsumen memang bukanlah sesuatu hal yang mudah, namun apabila perusahaan menginginkan produk atau jasa yang dihasilkannya memiliki umur yang panjang tentu harus sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen, hal ini sama halnya dengan yang dinyatakan oleh Lupiyoadi (2014:58) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah bauran pemasaran itu sendiri. Seperti diketahui bahwa bauran pemasaran terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), lokasi/tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*).

Kepuasan konsumen merupakan hal yang dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran, karena bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Bauran pemasaran merupakan satu dari sekian konsep yang paling *universal* yang telah dikembangkan dalam pemasaran dan sebagian besar memusatkan pada tujuh

komponen kunci yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik. Berikut ini hasil penelitian pendahuluan bauran pemasaran yang disebarkan kepada 30 responden yaitu pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung:

Tabel 1.5
Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor-Faktor yang Diduga Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)			
1	Produk	Saya mengenal POP Hotel Festival Citylink Bandung dengan baik	9	7	5	5	4	30	3.4	B
		Kualitas jasa yang ditawarkan POP Hotel Festival Citylink Bandung baik	6	9	8	7	0	30	3,4	B
2	Harga	Harga yang ditawarkan POP Hotel Festival Citylink Bandung terjangkau	8	11	9	2	0	30	3.8	B
		Kesesuaian harga dengan kualitas POP Hotel Festival Citylink Bandung	8	10	5	5	2	30	3.5	B
3	Tempat	Lokasi POP Hotel Festival Citylink Bandung berada di tengah Kota dan berdekatan dengan fasilitas publik	7	8	8	4	3	30	3,4	B
		Kenyamanan POP Hotel Festival Citylink Bandung sudah baik	9	7	7	4	3	30	3.5	B
4	Promosi	Saya mengetahui POP Hotel Festival Citylink Bandung dari media sosial	7	12	4	4	3	30	3,5	B
		Memilih berkunjung ke POP Hotel Festival Citylink	9	11	6	4	0	30	3,8	B

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban					Jumlah	Rata-rata	Kriteria
			SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)			
		Bandung karena tertarik dengan rekomendasi dari teman-teman dan keluarga								
5	Orang	Pelayan POP Hotel Festival Citylink Bandung berpenampilan rapih dan menarik	9	15	3	3	0	30	4	B
		Pelayan POP Hotel Festival Citylink Bandung melayani tamu dengan ramah	10	12	4	3	1	30	3,9	B
6	Proses	Kemudahan dalam proses booking POP Hotel Festival Citylink Bandung	3	5	9	8	5	30	2,7	KB
		Kemudahan dalam proses untuk menikmati fasilitas POP Hotel Festival Citylink Bandung	0	3	8	14	5	30	2,3	TB
7	Bukti Fisik	Fasilitas yang tersedia di POP Hotel Festival Citylink Bandung baik	1	4	12	8	5	30	2,1	TB
		Fasilitas yang tersedia POP Hotel Festival Citylink Bandung dapat menunjang kebutuhan pengunjung	2	5	11	10	2	30	2,8	KB

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian (2018)

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada tabel 1.5 diatas, sebelumnya terdapat masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung yaitu bukti fisik dan produk. Kondisi bukti fisik yang ada di Hotel Festival Citylink Bandung dinilai masih kurang sesuai dengan harapan pengunjung dengan alasan fasilitas yang tersedia kurang baik dan fasilitas

yang tersedia tidak dapat menunjang kebutuhan pengunjung serta kurangnya kemudahan dalam proses *booking* hotel dan kurangnya kemudahan untuk menikmati fasilitas yang terdapat di POP Hotel Festival Citylink Bandung.

Bukti fisik adalah suatu bentuk jasa yang tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Selain itu, wujud fisik adalah kebutuhan konsumen yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan karyawan. Hubungan bukti fisik dengan kepuasan konsumen adalah wujud fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi dan jika persepsi konsumen terhadap wujud fisik buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah (Sigit Sanjaya 2018:213).

Perhatian konsumen tidak hanya diukur dari bukti fisik saja, akan tetapi konsumen akan melihat proses sebagai tolak ukur untuk menentukan kepuasan. Proses dapat berupa semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mia Erisha (2016:186) menyatakan bahwa elemen proses merupakan salah satu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Bukti fisik dan proses yang diterapkan dianggap kurang maksimal. Pengunjung kurang merasakan fasilitas fisik yang memadai dan kurang mendapatkan kemudahan dalam proses untuk menggunakan fasilitas yang disediakan oleh pihak hotel. Dalam hal ini ada ketidaksesuaian antara kebutuhan dan harapan pengunjung terhadap bukti fisik dan proses yang ditetapkan perusahaan. Hal ini menyebabkan tingkat kepuasan pengunjung dapat dikatakan masih rendah.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Bukti Fisik dan Proses Terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei Pada Pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung).”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Pada sub bab ini penulis akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah penelitian mengenai bukti fisik, proses dan kepuasan pengunjung. Identifikasi masalah diperoleh dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti.

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi diantaranya sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan jumlah wisatawan menginap di Kota Bandung
2. Persaingan *budget hotel* di Kota Bandung
3. POP Hotel Festival Citylink mendapatkan rating terendah diantara *budget hotel* lainnya
4. Tingginya tingkat ketidakpuasan pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung
5. Selama 1 tahun terakhir jumlah *consumer complain* terus mengalami peningkatan
6. Kondisi bukti fisik pada POP Hotel Festival Citylink Bandung tidak sesuai dengan harapan pengunjung
7. Proses yang diberikan POP Hotel Festival Citylink Bandung masih kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung
8. Tingginya pengaduan pengunjung kepada POP Hotel Festival Citylink Bandung yang menyebabkan ketidakpuasan pengunjung

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, sebagaimana dipaparkan diatas dan hasil dari penelitian pendahuluan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap kondisi bukti fisik pada POP Hotel Festival Citylink Bandung
2. Bagaimana tanggapan pengunjung mengenai proses yang diterapkan oleh POP Hotel Festival Citylink Bandung

3. Bagaimana tanggapan pengunjung mengenai kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung
4. Seberapa besar pengaruh bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada jasa di POP Hotel Festival Citylink Bandung adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan pengunjung terhadap kondisi bukti fisik pada POP Hotel Festival Citylink Bandung.
2. Tanggapan pengunjung mengenai proses yang diterapkan oleh POP Hotel Festival Citylink Bandung.
3. Tanggapan pengunjung mengenai kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung.
4. Besarnya pengaruh bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan menambah ilmu pengetahuan yang bermanfaat khususnya dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pengunjung, selain itu penulis juga berharap dengan melakukan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis serta bermanfaat bagi para pembaca.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan pemikiran dan bahan referensi untuk membantu menambah wawasan dan pengetahuan, serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan saat menjalankan suatu usaha, juga diharapkan dapat membantu dalam mengatasi masalah-masalah yang sedang terjadi di POP Hotel Festival Citylink Bandung.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak yang memerlukannya untuk memperbaiki kinerja agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
 - a. Memperoleh pengetahuan mengenai pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung.
 - b. Mengetahui pengaruh proses terhadap kepuasan pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung.
 - c. Memahami tingkat kepuasan pengunjung berdasarkan bukti fisik dan proses yang diterapkan di POP Hotel Festival Citylink Bandung.
2. Bagi perusahaan
 - a. Memberi masukan untuk lebih memperhatikan kondisi bukti fisik di POP Hotel Festival Citylink Bandung.
 - b. Membantu meningkatkan proses pelayanan kepada pengunjung.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memenuhi kepuasan pengunjung.
3. Bagi Pihak Lain

- a. Peneliti berharap agar hasil penelitian ini berguna sebagai informasi tambahan yang memperluas pemikiran khususnya dalam bidang manajemen pemasaran bagi para pembaca.
- b. Memberikan gambaran mengenai POP Hotel Festival Citylink Bandung.
- c. Sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak yang memerlukannya untuk memperbaiki kinerja agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Sebagai tambahan pengalaman untuk mengembangkan wawasan serta pemahaman dan perbandingan antara teori-teori yang diperoleh dalam perkuliahan dengan praktek yang sebenarnya. Khususnya dalam ilmu pemasaran mengenai pengaruh bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung.
2. Untuk memberikan sumbangan teoritis dalam bidang ilmu pemasaran khususnya yang terkait dengan pengaruh bukti fisik dan proses terhadap kepuasan pengunjung POP Hotel Festival Citylink Bandung.