

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pekembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita ikuti, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang bagi 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 sangat cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen dan kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan serta keinginan mereka. Perusahaan yang ingin *survive* harus mempunyai nilai lebih untuk menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lainnya. Nilai lebih yang ditawarkan inilah yang dapat memberikan acuan atau perbandingan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Dalam menjalankan usahanya perusahaan harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Salah satunya bisnis kita lihat dalam bisnis jasa dibidang perhotelan.

Persaingan bisnis perhotelan pada masa sekarang ini semakin keras sehingga perusahaan yang dapat bertahan adalah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan loyalitas secara berkesinambungan menjadi kunci keunggulan bersaing perusahaan. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis perhotelan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan menyediakan fasilitas dan kualitas pelayanan yang terbaik.

Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah konsumen dipasar yang sudah ada, karena terlalu banyak jasa serupa dengan berbagai keunggulan serta nilai lebih yang ditawarkan oleh para pesaing sehingga sulit bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing.

Langkah awal yang harus dilakukan perhotelan adalah berusaha memberikan kepuasan kepada konsumen, apabila konsumen sudah merasa puas terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan otomatis konsumen tersebut akan loyal. Namun untuk mempertahankan konsumen bukan tugas yang mudah mengingat perubahan-perubahan dapat terjadi setiap saat. Di sisi lain, untuk mempertahankan konsumen perusahaan harus memperhatikan Sumber Daya Manusiannya.

Banyak perusahaan yang mulai secara serius membangun dan mengembangkan sumber daya manusia nya. Sumber Daya Manusia yang berkualitas adalah sumber daya yang memiliki kompetensi tinggi dan keterampilan yang mampu memajukan perusahaan. Bagaimanapun juga perusahaan tidak akan mungkin dapat berjalan jika sumber daya manusia yang tidak dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Oleh karena itu karyawan harus mendapatkan perhatian yang khusus dari

perusahaan. Kenyataan nya bahwa manusia adalah aset utama dalam organisasi atau perusahaan, harus mendapatkan perhatian serius dan dikelola dengan baik dan benar (Lupioyadi dalam Aryani dkk, 2014).

Hal ini dimaksudkan agar sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan mampu memberikan kontribusi yang optimal dalam upaya pencapaian tujuan organisasi. Untuk itu faktor manusia memegang peranan utama dalam setiap unsur dalam perusahaan. Dengan kata lain keberhasilan sebuah perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya tidak terlepas dari kualitas Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam pengelolaan sumber daya manusia berhubungan erat dengan sikap karyawan terhadap pekerjaannya, situasi kerja ,dan kerja sama dengan pimpinan dan karyawan.

Hotel Ibis Padang merupakan salah satu hotel dikota padang, dengan konsep meeting dan bisnis di kota padang. Hotel Ibis Padang yang letaknya sangat strategis dari berbagai sudut, membuat hotel ini disukai oleh pengunjung mulai dari dekatnya akses ke kantor Gubernur, kantor pemerintahan lainnya, serta tidak membutuhkan waktu yang lama untuk bisa sampai di kawasan bisnis ataupun pantai, Ibis Hotel dikelilingi berbagai macam bank, restoran, aneka makanan khas daerah, serta gedung kantor skala menengah. Hotel yang memiliki 168 kamar berdesain modern minimalis, 3 ruang rapat canggih, kolam renang, pusat kebugaran, *Spa*, *Bar*, dan *Taste Restaurant* di lantai atas, dengan pemandangan laut dan pegunungan yang menakjubkan sehingga hotel ini sempurna bagi wisatawan untuk bisnis dan liburan.

Namun dengan banyaknya Hotel – hotel pesaing yang memiliki fasilitas nan tidak kalah menariknya dengan Ibis Hotel, membuat Ibis Hotel kadang kala mengalami penurunan bahkan sangat berdampak buruk bagi managemennya, penurunan pelanggan yang menginap di Ibis Hotel diduga diakibatkan karena adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kualitas dari pelayanan pihak manajemen.

Permasalahan yang ditemukan oleh peneliti temukan berkaitan dengan bagaimana menarik konsumen agar selalu menggunakan jasa yang disediakan oleh Hotel Ibis padang. Mulai dari kualitas pelayanan dan fasilitas harus selalu di perhatikan oleh setiap perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa penginapan.

Jumlah kamar tersedia 168 kamar, sedangkan untuk jumlah ruang rapat ada 3 kamar. Seiring dengan kebutuhan akan kamar hotel, seharusnya pihak manajemen melakukan penambahan kamar dan fasilitas pendukung lainnya, dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Berikut adalah Perkembangan Penjualan Kamar Hotel Tahun 2014 - 2018 pada Hotel Ibis Padang.

Tabel 1.1
Perkembangan Penjualan Kamar Hotel Tahun 2014 – 2018 Hotel Ibis Padang

Tahun	Kamar Terjual	Kamar Tidak Terjual	Total
2014	5.688	520	6.208
2015	6.336	679	7.015
2016	4.984	468	5.452
2017	7.132	428	7.560
2018	6.020	609	6.629

Sumber data : Hotel Ibis, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut diatas dapat dilihat bahwa volume penjualan dari tahun 2014-2018 mengalami fluktuasi dimana terjadi peningkatan dan penurunan penjualan kamar. Hal ini diakibatkan karena kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Hotel Ibis Padang kepada konsumen belum maksimal dan fasilitas yang disediakan Hotel Ibis Padang belum sesuai dengan harapan konsumen, inilah yang mengakibatkan terjadinya fluktuasi penjualan kamar Hotel Ibis Padang tahun 2014-2018. Penyebab naik turunnya penjualan kamar tersebut dikarenakan pengunjung lebih memilih menggunakan jasa hotel pesaing ketimbang jasa yang ditawarkan oleh Hotel Ibis Padang dan Harga yang ditawarkan masih tergolong cukup tinggi, penyebabnya kualitas pelayanan, fasilitas dan harga yang ditawarkan belum sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi perusahaan, semakin puas pelanggan maka tujuan perusahaan akan tercapai. kepuasan dalam jangka panjang akan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik sebagai dasar pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut Tjiptono (2016:180) Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik agar para tamu puas terhadap pelayanan yang di berikan.

Apabila perusahaan menginginkan pelanggan merasa puas disamping perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang dihasilkan juga perlu memperhatikan strategi pelayanan yang tepat. Meskipun produk yang ditawarkan oleh Hotel telah sesuai dengan selera pelanggan, akan tetapi di dalam memberikan pelayanan kurang baik akan menyebabkan pelanggan kurang terpuaskan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning, service*, dan lain-lain. Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga merupakan faktor penting dalam mendukung kepuasan.

Menurut Sam (2014:68) Fasilitas adalah segala sesuatu yang berupa benda maupun uang yang dapat memudahkan serta memperlancar pelaksanaan suatu usaha tertentu. Apabila fasilitas lengkap sesuai dengan harga yang terjangkau otomatis konsumen akan merasa puas dengan hotel tersebut.

Apabila perusahaan menginginkan pelanggan merasa puas disamping perlu memperhatikan kualitas pelayanan juga perlu melengkapi semua fasilitas yang dibutuhkan pelanggan. Meskipun kualitas pelayanan yang diberikan pihak hotel bagus namun fasilitas tidak sesuai dengan keinginan pelanggan maka akan menyebabkan pelanggan kurang terpuaskan. Fasilitas disini adalah di kamar-kamar hotel ibis padang dilengkapi dengan TV layar datar, kopi dan teh gratis serta koneksi Wifi yang bisa digunakan secara Cuma-Cuma, parkir kendaraan dan parkir valet dan

dilengkapi dengan lestonan. Selain fasilitas, harga juga merupakan faktor penting dalam mendukung kepuasan.

Menurut Rosad (2015:142) harga adalah Sejumlah uang yang dikorbankan untuk suatu barang atau jasa atau nilai dari konsumen yang ditukarkan untuk mendapatkan manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa. Apabila kualitas pelayanan dan fasilitas sudah bagus serta harga sesuai dengan harapan pelanggan otomatis pelanggan akan merasa puas dengan hotel tersebut. Apabila perusahaan menginginkan pelanggan merasa puas disamping perlu melengkapi fasilitas juga perlu menetapkan harga sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan dan sesuai dengan keinginan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2016:24) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Apabila pelanggan sudah merasa puas dengan sendirinya mereka tersebut akan merasa loyal. Kepuasan pelanggan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan berperan penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga konsumen loyal. Pelayanan yang baik memiliki nilai yang besar dalam membawa konsumen menuju ke tingkat kepuasan, sehingga terjadinya pembelian secara terus-menerus dan menimbulkan loyalitas. Pelayanan ini memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen, tanpa adanya pelayanan yang baik, maka konsumen tidak akan merasa puas sehingga dampak negatif akan muncul

terhadap perusahaan tersebut. Dengan adanya pelayanan yang baik di harapkan dapat meningkatkan kepuasan. Ini sejalan dengan hasil penelitian Novandi, rachma dan Slamet (2015), Putri (2016) dan Asih Rahmatya (2017) maka didapatkan hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan melalui harga sebagai variabel intervening.

Selain kualitas pelayanan, faktor fasilitas juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. fasilitas yang lengkap memiliki nilai yang besar dalam membawa konsumen menuju ke tingkat kepuasan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan maka kepuasan akan meningkat. Ini sejalan dengan hasil penelitian Sofyan, Pradhanawati dan Nugraha (2014), Ida Bagus Komang Ary Wardana (2015) dan Riduwan (2015) maka didapatkan hasil fasilitas mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan melalui harga sebagai variabel intervening.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Harga Sebagai Variabel Intervening Pada Hotel Ibis Padang.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dalam kajian manajemen pemasaran banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya rasa puas konsumen terhadap fasilitas yang diberikan.
2. Banyaknya kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi dalam kualitas pelayanan yang diberikan.
3. Kurangnya umpan balik dari karyawan hotel dalam menangani permintaan konsumen.
4. Kurangnya persepsi yang baik tentang pelayanan yang diberikan karyawan hotel terhadap konsumen.
5. Kurangnya kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan karyawan hotel.
6. Kurangnya kepercayaan konsumen terhadap hotel.
7. Penanganan komplain yang diberikan karyawan belum sesuai dengan harapan konsumen.
8. Promosi yang dilakukan hotel masih minim.
9. Terbatasnya informasi pelayanan yang diberikan karyawan hotel.
10. Tempat hotel kurang strategis.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, agar pembahasan lebih terarah, penulis memberikan batasan yaitu sebagai variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2), variabel intervening harga (Z), menjadi variabel terikatnya kepuasan pelanggan (Y) pada Hotel Ibis Padang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Padang?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Padang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Padang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap harga pada Hotel Ibis Padang?
5. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap harga pada Hotel Ibis Padang?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap harga pada Hotel Ibis Padang?
7. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui harga sebagai variabel intervening pada Hotel Ibis Padang?
8. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui harga sebagai variabel intervening pada Hotel Ibis Padang?
9. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Padang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap harga pada Hotel Ibis Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap harga pada Hotel Ibis Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap harga pada Hotel Ibis Padang.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui harga sebagai variabel intervening pada Hotel Ibis Padang.
8. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan melalui harga sebagai variabel intervening pada Hotel Ibis Padang.
9. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Padang.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi penulis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman serta sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam mengetahui sejauh mana hubungan antara teori yang diperoleh di perkuliahan dengan kondisi nyata yang ada di lapangan. Disamping itu, penelitian ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.
2. Bagi instansi, sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam mengambil keputusan dimasa yang akan datang.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan bacaan dan referensi dalam penulisan selanjutnya terutama berkaitan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dengan harga sebagai variabel intervening.