

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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. Kenyataannya 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 Pangeran Beach Padang merupakan salah satu hotel berbintang empat, dengan konsep meeting dan bisnis di kota padang. Hotel ini berada di Jl. Juanda No 79 Padang yang diresmikan pada tanggal 21 Desember 1989 oleh PT. Istano Pangeran oleh Bapak Sy. Dt. Pangeran. Bangunan ini terdiri dari 5 lantai dengan jumlah kamar sebanyak 178 kamar. Di Hotel Pangeran Beach Padang, terdiri dari 10 departemen yang mendukung berjalannya operasional dengan baik. Departemen–departemen tersebut: *Front Office Department, Marketing Department, Food and Beverage Department, Housekeeping Department, Accounting Department, Human Resource Development, dan Engineering Department.*

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

Pangeran Beach Hotel mulai beroperasi dengan kondisi kamar 65 kamar siap huni. Pada tanggal 7 juli 1991 jumlah kamat tersedia 105 kamar, sedangkan untuk Full operation jumlah kamar akan mencapai 139 kamar. Seiring dengan kebutuhan akan kamar hotel, maka pada tahun 2006 diadakan penambahan kamar hingga menjadi 176 kamar dengan penambahan bangunan satu tingkat ke lantai VI. Dengan penambahan kamar dan fasilitas pendukung lainnya, maka lengkaplah Hotel Pangeran Beach masuk kriteria Klasifikasi Hotel Bintang Empat yang resmi dikeluarkan oleh PHRI pada bulan mei 2007. Berikut adalah Perkembangan Penjualan Kamar Tahun 2014 - 2018 pada Hotel Pangeran Beach Padang.

Tabel 1.1
Perkembangan Penjualan Kamar Tahun 2014 - 2018
Hotel Pangeran Beach Padang

Tahun	Kamar Terjual	Kamar Tidak Terjual	Total
2014	6688	620	7308
2015	6336	679	7015
2016	5984	668	6652
2017	6132	628	6760
2018	6020	609	6629

Sumber data : Hotel Pangeran Beach, 2018

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan ke Hotel Pangeran Beach dari tahun 2014 sebanyak 6688 kamar yang terjual, sedangkan di tahun 2015 sebanyak 6336 kamar terjual terjadi penurunan sebesar 352 kamar atau sebesar 3.52%. Pada tahun 2015 sebanyak 6336 kamar terjual, sedangkan di tahun 2016 sebanyak 5984 kamar terjual terjadi penurunan sebesar 352 kamar atau sebesar 3.52%. Pada tahun 2016 sebanyak 5984 kamar terjual, sedangkan di tahun 2017 sebanyak 6132 kamar terjual terjadi kenaikan sebesar 148 kamar atau sebesar 1.48%. Pada tahun 2017 sebanyak 6132 kamar terjual, sedangkan di tahun 2018 sebanyak 6020 kamar terjual terjadi penurunan sebesar 112 kamar atau sebesar 1.12%. Fakta tersebut mengindikasikan bahwa tingkat loyalitas pengunjung mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun.

Penyebab naik turunnya penjualan kamar tersebut dikarenakan pengunjung lebih memilih menggunakan jasa hotel pesaing ketimbang jasa yang ditawarkan oleh Hotel Pangeran Beach Padang dan Loyalitas konsumen masih rendah pada Hotel Pangeran Beach Padang, penyebabnya fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Loyalitas sangat mempengaruhi perusahaan, semakin loyal konsumen maka tujuan perusahaan akan tercapai. Loyalitas dalam jangka panjang akan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik sebagai dasar pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan meningkatkan fasilitas.

Menurut **Sam (2012:68)** Fasilitas adalah segala sesuatu yang berupa benda maupun uang yang dapat memudahkan serta memperlancar pelaksanaan suatu usaha tertentu. Apabila fasilitas lengkap sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen otomatis

konsumen akan merasa puas dengan hotel tersebut. Selain fasilitas, kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting dalam mendukung kepuasan.

Menurut **Fandy Tjiptono (2011:180)** Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Menurut **(Tjiptono, 2012:24)** Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Apabila nasabah sudah merasa puas dengan sendirinya nasabah tersebut akan merasa loyal.

Menurut **(Tjiptono, 2012:56)** Loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasar kan sifat yang positif dalam pembelian jangka panjang artinya bahwa kesetiaan terhadap merek dapat di peroleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan.

Faktor fasilitas 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 (2013)** maka didapatkan hasil fasilitas mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Selain fasilitas, variabel kualitas pelayanan juga berperan penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga loyalitas. Pelayanan yang baik memiliki nilai yang besar dalam membawa konsumen menuju ke tingkat kepuasan, sehingga terjadinya pembelian secara terus-menerus dan menimbulkan loyalitas nasabah.

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)** maka didapatkan hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Hotel Pangeran Beach Padang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dalam kajian manajemen sumber daya manusia (MSDM) banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas Konsumen 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 fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2), variabel interveningnya kepuasan (Z), menjadi variabel terikatnya loyalitas (Y) pada Hotel Pangeran Beach Padang.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pada Hotel Pangeran Beach Padang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada Hotel Pangeran Beach Padang?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?

4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?
6. Bagaimana pengaruh fasilitas dan kepuasan terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?
7. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengestimasi

1. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pada Hotel Pangeran Beach Padang?
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada Hotel Pangeran Beach Padang?
3. Pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?
5. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?
6. Pengaruh fasilitas dan kepuasan terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?
7. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pada Hotel Pangeran Beach Padang?

1.5.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai bentuk aplikasi dari ilmu yang diperoleh selama kuliah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini bisa menjadi dasar atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa sebagai masukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada Hotel Pangeran Beach Padang.