

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pekembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. . Membuat pasar menjadi semakin luas dan persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Oleh karena itu masyarakat menjadi semakin selektif untuk memenuhi kebutuhan jasmani maupun rohaninya.

Tujuan pemenuhan kebutuhan maupun keinginan adalah tercapainya tingkat loyalitas yang tinggi. Konsumen atau nasabah adalah orang yang paling penting dalam perusahaan. Seorang konsumen atau nasabah tidak tergantung pada perusahaan, tetapi perusahaan yang tergantung pada konsumen **Kotler (2012)**. Konsumen atau nasabah diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada konsumen atau nasabah. Jumlah konsumen atau nasabah baik besar maupun kecil sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup bagi perusahaan, khususnya yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, konsumen

merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak konsumen, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit konsumen maka pemasukan yang dapat diraih perusahaan akan semakin sedikit pula. Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. **Kotler** dalam **Amstrong (2012)** mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur tidak berwujudan (intangibility) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perkembangan jumlah hotel di kota mukomuko yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan di mukomuko menjadi sangat ketat. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel untuk memperoleh konsumen sebanyak – banyaknya. Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah

satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Layanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan layanan yang buruk. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Konsumen dalam hal ini merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya, dan tingkat ekonomi. Dengan dilatar belakangi oleh beberapa teori, penelitian sebelumnya dan fenomena masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Bumi Batuah Mukomuko.

Hal ini menunjukkan untuk menghadapi resiko kehilangan pelanggan dengan mengabaikan keluhan dan bertengkar mengenai masalah-masalah kecil tidak dapat dianggap remeh. Apabila hotel menimbulkan loyalitas yang tidak puas maka ia akan menceritakannya kepada setiap orang. Jelas kata-kata yang buruk dari mulut ke mulut lebih cepat daripada kata yang baik-baik dan dengan mudah meracuni sikap publik mengenai produk. Alasan dipilihnya Hotel Bumi Batuah sebagai obyek dalam penelitian ini dikarenakan Hotel Bumi Batuah mengalami penurunan jumlah pelanggan setiap tahunnya. Dalam penelitian ini dipilih

variabel kualitas layanan, fasilitas dan lokasi sebagai fokus dari penelitian. Penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Bumi Batuah.

**Tabel 1.1**

<b>Jumlah Pelanggan pada Hotel Bumi Batuah Januari s/d September 2019</b>	
<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengunjung (orang)</b>
Januari	256
Februari	274
Maret	310
April	298
Mei	287
Juni	275
Juli	302
Agustus	290
September	276

*Sumber : Hotel Bumi Batuah Januari s/d September 2019*

Berdasarkan jumlah pelanggan pada tabel 1.1 diatas, dapat terlihat jumlah pelanggan setiap bulannya berbeda-beda, pada bulan januari awal yang cukup baik dan bulan februari dan maret mengalami kenaikan pengunjung, pada bulan april sampai bulan juni mengalami penurunan dan meningkat pada bulan juli, pada bulan agustus dan september mengalami penurunan pada Hotel Bumi Batuah dan mencatatkan total 276 orang yang menginap sepanjang bulan september.

Menurut **Fandy Tjiptono (2014 : 268)** Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan

penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Ungulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan.

Dalam jurnal **Woro dan Naili (2013)** Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan otobus tersebut berbeda-beda tergantung dengan kelas armada dan harga tiket atau tarif yang ditawarkan. Fasilitas penunjang yang disediakan antara lain seperti LCD, audio/video, *air conditioner*, toilet atau *reclining eat, snack atau soft drink, smooking room, internet (WiFi)*. Dengan berbagai fasilitas diharapkan penumpang akan merasa nyaman selama dalam perjalanan.

Hanya sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan mereka. Oleh karena itu lokasi hotel yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut. Kedekatan hotel

dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. Menurut **Kotler & Keller (2006)** dalam jurnal **Edy (2013)** mendefinisikan fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan **Sarah dan Maria (2015)** Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen untuk menggunakan jasa Hotel Baliem Pilamo di Wamena, dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan **Fransiska et.,al (2018)** Variabel fasilitas merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Menginap di Hotel T-More dengan thitung sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti bahwa fasilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Menginap di Hotel T-More. Pengaruh Lokasi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Menginap Variabel lokasi merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Menginap, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Menginap di Hotel T-More.

Dari fenomena diatas terindikasi keputusan menginap belum optimal, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Hotel Bumi Batuah muko-muko dengan topik penelitian tentang **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL BATUAH MUKOMUKO”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas, maka diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Jumlah konsumen atau nasabah baik besar maupun kecil akan mempengaruhi kelangsungan hidup bagi perusahaan.
2. Kepuasan yang diberikan oleh Hotel Bumi Batuah mukomuko tidak sesuai dengan harapan pelanggan, akan mengurangi tingkat keputusan menginap.
3. Fasilitas seperti ruang tunggu dan parkir masih terbatas.
4. Pelayanan yang tidak sesuai dengan persepsi harapan yang telah dialami pelanggan akan menimbulkan rendah nya keputusan menginap.
5. Kenyamanan pelanggan saat bertransaksi.
6. Mengukur tingkat kepuasan pelanggan.

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan di atas pada kesempatan ini peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Bumi Batuah mukomuko.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, dapat ditarik rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap pada Hotel Bumi Batuah mukomuko?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap pada Hotel Bumi Batuah mukomuko?
3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Bumi Batuah mukomuko?
4. Bagaimana kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menginap Hotel Bumi Batuah mukomuko?

### **1.5 Tujuan Penulisan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap Hotel Bumi Batuah mukomuko.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap Hotel Bumi Batuah mukomuko.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap Hotel Bumi Batuah mukomuko
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menginap Hotel Bumi Batuah mukomuko.

## **1.6 Manfaat Penulisan**

Dari penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan mampu memberi manfaat dan kegunaan bagi perusahaan, konsumen/pengguna, penulis dan para akademis, antara lain :

### **1. Bagi Perusahaan**

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan kepada konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan pemasaran dan pengembangan usaha.

### **2. Bagi Konsumen/Pengguna Jasa**

Untuk memberikan wacana mengenai keputusan menginap yang di peroleh oleh nasabah dan berbagai hal yang termasuk di dalamnya berkaitan dengan upaya memaksimalkan tingkat keputusan menginap dalam penggunaan dan pembelian produk suatu perusahaan.

### **3. Bagi Penulis**

Untuk menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh di bangku kuliah pada kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas pandangan terutama menyangkut masalah customer relationship management, dan kualitas pelayanan serta loyalitas pelanggan yang berkaitan erat dengan manajemen pemasaran.

### **4. Bagi Para akademis**

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan.