

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pekembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak dan teliti, terlebih adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang membuka peluang pengusaha untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak dari globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industry seperti industri telekomunikasi, manufaktur, perhotelan, transportasi, dan perbankan berkembang dengan cepat dan pesat. Dan sektor jasa seperti perhotelan, restoran dan lain-lain memberikan sumbangan terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan III-2019 dengan kontribusi sebesar 4% . Data ini memperlihatkan bahwa sektor jasa perhotelan mengalami pertumbuhan yang didorong oleh meningkatnya penggunaan jasa oleh konsumen. Industri perhotelan, restoran ini bergerak pada bidang 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. Industri jasa perhotelan dan restoran diperkirakan tumbuh sebesar 8% di tahun 2020. Pertumbuhan ini didukung oleh program pemerintah yang sedang gencarnya mempromosikan wisata Indonesia.

Kota Padang merupakan ibukota provinsi Sumatera Barat sekaligus kota metropolitan di Provinsi Sumatera Barat. Kota Padang yang merupakan destinasi wisata unggulan Sumatera Barat juga menjadi lokasi yang strategis untuk bisnis jasa penginapan. Besarnya minat wisatawan berkunjung ke Padang memicu meningkatkan peluang dalam jenis berbisnis baik objek wisata yaitu sendiri maupun usaha-usaha lain yang berhubungan dengan aktivitas wisata seperti akomodasi hotel, transportasi, kuliner dan lain sebagainya. Hal ini merupakan suatu daya tarik para wisatawan domestik dan manca negara untuk melakukan kunjungan ke kota Padang.

Berikut ini daftar hotel yang ada di kota Padang :

Tabel 1.1
Daftar Hotel Di Kota Padang 2019

NO	NAMA HOTEL	KELAS
1	Kryiad bumi minang	Bintang 4
2	The Axana Hotel	Bintang 4
3	Grand inna hotel padang	Bintang 4
4	Grand zuri hotel	Bintang 4
5	Imelda hotel	Bintang 4
6	Hotel mercure	Bintang 4
7	Hotel pangeran beach	Bintang 4
8	Premier basko hotel	Bintang 4
9	Rocky plaza hotel	Bintang 4
10	Hotel airy padang barat sudirman	Bintang 3
11	The aliga hotel	Bintang 3
12	Hotel d'Ox ville	Bintang 3
13	Diniya suasso design hotel & restaurant	Bintang 3
14	Fave hotel olo	Bintang 3
15	HW Hotel	Bintang 3
16	Hotel ibis	Bintang 3

17	Hotel pangeran city	Bintang 3
18	Hotel savali	Bintang 3
19	Whiz prime hotel khatib sulaiman	Bintang 3
20	Airy padang barat bundo kandung	Bintang 2
21	Amaris hotel	Bintang 2
22	Bunda hotel	Bintang 2
23	Deivan hotel	Bintang 2
24	Grand sari hotel	Bintang 2
25	Mariani international hotel	Bintang 2
26	Mervit hotel	Bintang 2
27	My all hotel & entertainment	Bintang 2
28	Hotel padang	Bintang 2
29	Plan B hotel	Bintang 2
30	Hotel ranah bundo	Bintang 2
31	Rumah nenek hotel & restaurant	Bintang 2
32	Sofyan inn hotel rangkayo basa	Bintang 2
33	The abiding hotel	Bintang 1
34	Hotel alifa syariah	Bintang 1
35	Hotel bintang	Bintang 1
36	Brigitte's House	Bintang 1
37	D'paragon andalas guest house	Bintang 1
38	edOTEL Bundo Kandung	Bintang 1
39	Hotel femina	Bintang 1
40	Hotel hangtuah	Bintang 1
41	Havilla maranatha hotel	Bintang 1
42	Jesnic hotel	Bintang 1
43	Ion hotel	Bintang 1
44	Hotel monata	Bintang 1
45	Hotel musafir inn	Bintang 1
46	New house padang	Bintang 1
47	Hotel pondok 68	Bintang 1
48	Renaza resort	Bintang 1
49	The sriwijaya hotel	Bintang 1
50	Hotel surya palace syariah	Bintang 1
51	Wisma mutiara hote	Bintang 1

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_hotel_di_Kota_Padang

Dari data diatas dapat kita lihat sangat beragam hotel dan banyak pilihan hotel yang ada di kota padang. Salah satunya yaitu Kyriad Bumi Minang yang terletak di Jl. Bundo Kanduang No.20-28, Kp. Pd., Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat. Kyriad bumi minang sendiri adalah hotel bintang 4. Lokasi dari hotel ini sangat strategis dan tidak jauh dari keramaian, dekat dengan tempat makan dan pusat belanja. Keunikan dari Hotel Kyriad Bumi Minang terletak pada desain bangunannya yang membawa nuansa budaya Minangkabau membuat hotel ini memiliki citra positif di mata masyarakat. Dari keunikan Hotel Kyriad Bumi Minang yang penuh dengan sejarah terus ditanamkan di benak konsumen, sehingga konsumen dapat membedakan Hotel Kyriad Bumi Minang dengan hotel lainnya. Hotel Kyriad Bumi Minang terdiri dari 164 kamar yang disewakan untuk pelanggannya, memiliki kolam berenang dan bar.

Dari banyaknya hotel di kota padang para pebisnis berlomba untuk membentuk loyalitas. Menurut (K. Kotler, 2012) loyalitas pelanggan adalah situasi dimana pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama. Jika suatu perusahaan dapat membentuk loyalitas pelanggan. Terdapat beberapa keuntungan strategik bagi perusahaan tentang bagaimana pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan bersifat panjang dan kumulatif, Jadi semakin bisa perusahaan mempertahankan loyalitas pelanggan semakin besar laba yang diperoleh oleh perusahaan tersebut (Almareza, 2010). Besarnya loyalitas pelanggan tidak akanlepas

dari kualitas pelayanan yang baik dan nilai pelanggan yang baik dirasakan oleh konsumen.

(Lupiyoadi, 2013) menyatakan Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri - ciri dan karakteristik - karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan - kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang baik dan konsisten akan bisa menikmati keunggulan bersaing sehingga perusahaan dapat membina loyalitas pelanggan dengan baik dan sukses dan memberikan nilai yang baik kepada pelanggan.

(Fandy, 2011) menyatakan nilai pelanggan adalah Ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan membeli atau memakai produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut dan mendapati bahwa produk yang bersangkutan memberikan nilai tambah kepadanya. Jika nilai pelanggan sudah terpenuhi maka pelanggan tersebut akan merasa puas terhadap jasa yang kita berikan kepadanya.

(Kotler, Philip and Keller, 2013) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan harapannya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan dampak yang baik bagi perusahaan jika konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan, desain interior maka rugilah bagi perusahaan, karena kalau pelanggan merasa puas ada kemungkinan ia merekomendasikan dari mulut ke mulut

tentang perusahaan kita,dan bahkan pelanggan bisa menjadi loyal kepada perusahaan kita. Setiap pelaku bisnis jasa harus memprioritaskan kepuasan pelanggan.

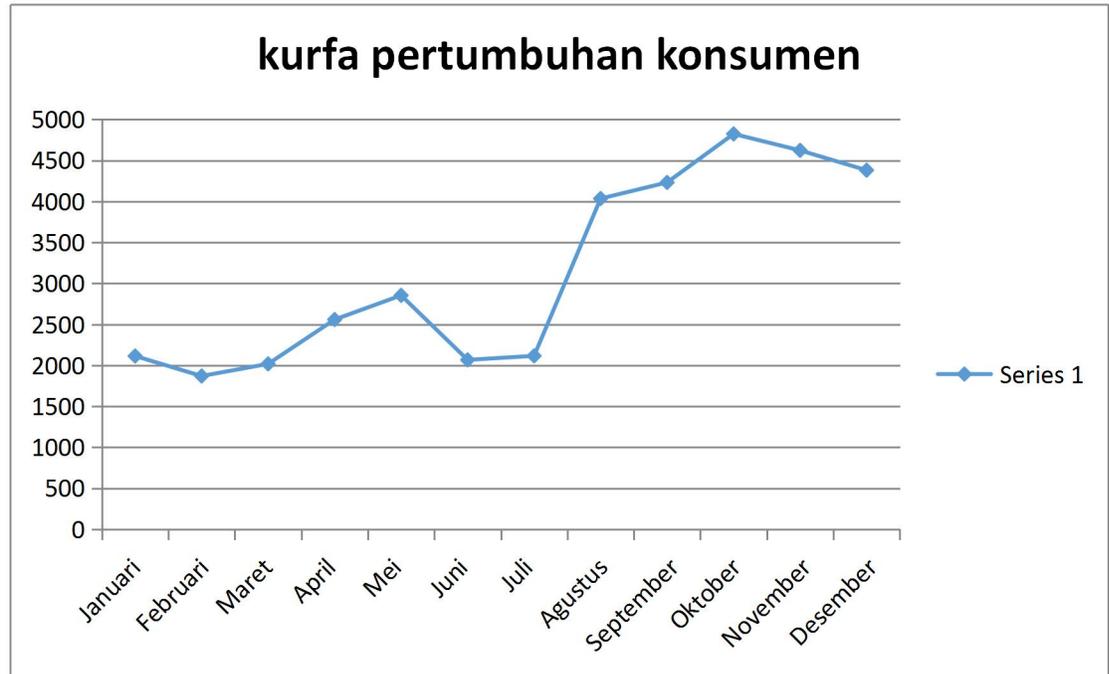
Tabel 1.2

**Target dan Persentasi Pertumbuhan Jumlah Pengunjung
Di Hotel Kyriad Bumi Minang periode Jan 2018-Des 2018**

Tahun	Bulan	Target	Jumlah Kamar Terjual	Persentase (%)
2018	Januari	4920	2113	42,94%
2018	Februari	4920	1869	38.53%
2018	Maret	4920	2017	40.99%
2018	April	4920	2558	51.99%
2018	Mei	4920	2853	57.98%
2018	Juni	4920	2066	41.99%
2018	Juli	4920	2115	42.98%
2018	Agustus	4920	4034	81.99%
2018	September	4920	4231	85.99%
2018	Oktober	4920	4823	98.02%
2018	November	4920	4622	93.94%
2018	Desember	4920	4380	89.02%

Sumber : HRD Kyriad Bumi Minang

Berdasarkan tabel diatas, dapat kita lihat terjadi fluktuasi di setiap bulannya.Yang artinya tiap bulan terjadi naik turun jumlah pengunjung yang datang ke hotel Kyriad Bumi Minang.Dan menjelang akhir tahun terjadi kenaikan yang signifikan jumlah pengunjung ke hotel Kyriad Bumi Minang. Persentase paling tinggi terjadi bulan oktober dengan persentase 98.02% dan paling rendah terjadi bulan juni dengan persentase 42.99%.dan bisa kita lihat dari grafik dibawah ini



Dari grafik diatas terindikasi bahwa fenomena yang dilihat dari target dan releasisasi dan persentase pertumbuhan jumlah pengunjung di Hotel Kyriad Bumi Minang dari Jan 2018- Des 2018 terjadi turun naik atau tidak stabil dimana pada awal tahun hanya sedikit yang memesan kamar hotel. Di bulan Januari kamar yang terjual hanya 2113 dengan persentase 42,94%. Pada bulan Februari terjadi penurunan jumlah pengunjung menjadi 1869 kamar yang terjual dengan persentase 38,53%, adanya penurunan yang cukup jauh terjadi antara bulan Januari dan Februari. Di bulan Maret terjadi kenaikan pesanan kamar dibanding bulan Februari yaitu dari 1869 menjadi 2017 kamar terjual dengan persentase 40,99% tetapi masih terbilang rendah dibandingkan pemesanan kamar bulan Januari.

Sedangkan di bulan April terjadi kenaikan yang cukup jauh dibandingkan dari bulan Januari, Februari dan Maret. Pada bulan April pesanan kamar mencapai angka 2558 kamar terjual dengan persentase 51,99%. Di bulan Mei kembali terjadi kenaikan pesanan kamar dibandingkan bulan April dengan jumlah pesanan 2853 kamar terjual dengan persentase 57,98%. Pada bulan Juni terjadi penurunan jika dibandingkan dengan bulan April dan Mei dengan hanya 2066 kamar terjual dengan persentasenya sebesar 41,99%. Pada bulan Juli terjadi kenaikan dibandingkan bulan Juni tetapi belum tetapi masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan bulan April dan Mei. Kamar yang terjual pada bulan Juli hanya 2115 dengan persentase 42,98%. Dari Januari sampai Juli kamar yang terjual rata-rata hanya setengah dari target ini bisa jadi disebabkan karena di awal tahun hanya sedikit orang yang pergi liburan.

Di bulan Agustus terjadi kenaikan yang drastis dibandingkan dari bulan Januari-Juli dengan kamar yang terjual 4034 dengan persentasenya yaitu sebesar 81,99%. Pada bulan September terjadi kenaikan kembali dibandingkan dari bulan Agustus dengan kamar yang terjual sebanyak 4231 kamar dengan persentase 85,99%. Di bulan Oktober terjadi kenaikan dan terbanyak di tahun 2018 dengan kamar yang terjual sebanyak 4823 kamar dengan persentase 98,02%. Di bulan November terjadi penurunan tetapi masih cukup banyak yang memesan kamar dengan 4622 kamar yang terjual dengan persentase 93,94%. Dan di bulan Desember kamar yang terjual hanya 4380 kamar dengan persentase 89,02%. Pada akhir tahun hampir terjadi kenaikan

pemesanan kamar hotel ini juga disebabkan oleh fenomena masyarakat yang berlibur di akhir tahun

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Romzi arifin, 2015). Di dapatkan hasil nilai pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan pengaruh sebesar 0,997 .hal ini membuktikan bahwa semakin baik nilai pelanggan dan kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen kepada bukalapak. Dalam penelitian yang dilakukan oleh woro mardiki menyatakan bahwa nilai pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada bus efisiensi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Atmanegara, Cahyono, Qomariah, & Sanosra, 2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 0,42 terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian titian alawiyah menyatakan bahwa kualitas pelayanan dari kehandalan, daya tangap, jaminan, empati dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menginap di hotel Diamond kota Samarinda.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Maulana, 2017) menyatakan bahwa responden mengakui bahwa produk yang ditawarkan memberikan nilai yang cukup tinggi, namun dari indikator nilai pelanggan pada kuesioner (memberikan kekuatan komunitas saat berada di warung Es Mahkota) mendapatkan penilaian terendah oleh responden dan temuan ini memberikan masukan kepada pemilik Es Mahkota agar membuat kartu anggota untuk menjadikan konsumen sebagai member

pada warung Es Mahkota. Berdasarkan hasil uji SPSS diperoleh angka signifikan sebesar 0,000. Dan hipotesis diterima

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Lutfi & Af, 2016) menyatakan bahwa variabel nilai pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan koefisien beta sebesar 0,595 dan nilai probabilitasnya 0,000. Nilai pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dengan koefisien beta sebesar 0,471 dan nilai probabilitasnya sebesar 0,000. Kepuasan pelanggan terbukti menjadi variabel intervening antara nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hasil analisis jalur menunjukkan sebuah korelasi positif antara variabel kepuasan dengan loyalitas pelanggan ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur beta sebesar 0,203 dan nilai probabilitasnya sebesar 0,030.

Berdasarkan fenomena yang ditemukan dilapangan belum stabilnya jumlah pengunjung yang datang ke Hotel Kryad Bumi Minang tiap bulannya dibuktikan dengan grafik tabel 2 yang menggambarkan turun naik jumlah pengunjung tiap bulannya.

Jadi yang menjadi tugas pihak hotel sebenarnya adalah bagaimana cara agar pelanggan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel yang akan menjadikan pelanggan betah dan menjadi pelanggan tetap karena merasa puas akan layanan yang diberikan oleh pihak hotel. Karyawan hotel harus bisa menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen agar konsumen merasa puas.

Selanjutnya yang menjadi tugas pihak hotel adalah bagaimana hotel dapat menjadikan hotelnya mempunyai nilai dimata pelanggan sehingga harga yang ditawarkan tidak terlalu dipertimbangkan oleh pelanggan dan membuat pelanggan mendapatkan nilai yang diinginkannya setelah memakai jasa hotel.

Jadi setelah hotel memberikan kualitas pelayanan dan mempunyai nilai dimata pelanggan dipastikan pelanggan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap hotel tersebut dikarenakan telah mendapatkan apa yang mereka cari dari harga yang dibayarkan.

Berdasarkan fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERHOTELAN KOTA PADANG “**

1.2 Identifikasi masalah

1. Kualitas pelayanan yang diberikan dirasa kurang baik sehingga mempengaruhi loyalitas konsumen
2. Kepercayaan pelanggan terhadap hotel masih kurang
3. Jaminan terhadap kenyamanan sudah bagus tapi perlu lebih ditingkatkan lagi
4. Kehandalan karyawan dalam menjalin komunikasi dengan konsumen masih kurang

5. Kualitas yang di berikan harus disertakan dengan fasilitas yang dibutuhkan pelanggan
6. Kepuasan pelanggan yang belum tercapai secara maksimal
7. Pengunjung masih belum stabil
8. Loyalitas pelanggan yang belum maksimal

1.3 Batasan Masalah

Ada banyak faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan seperti diidentifikasi diatas, maka penelitian ini akan dibatasi pada Kualitas Pelayanan (X1), Nilai Pelanggan (X2) sebagai variabel bebas atau independen dan Loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel terikat dan Kepuasan Pelanggan (Z) sebagai variabel intervening.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?
2. Bagaimanakah pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?

4. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?
5. Bagaimanakah pengaruh nilai pelanggan terhadap Kepuasan pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?
6. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadaployalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening ?
7. Bagaimanakah pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening ?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai pelanggan terhadap Kepuasan pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang ?
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening ?

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis agar lebih mendalami secara teoritis mengenai manajemen pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman untuk bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku perkuliahan dan membandingkan sejauh mana hubungan antara teori yang telah diperoleh tersebut dengan kenyataan yang ada dilapangan

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini insyaAllah bisa dijadikan sebagai tambahan bahan rujukan bagi perusahaan untuk masa yang akan datang khususnya dalam hal peningkatan kualitas pelayanan, memberikan nilai pelanggan yang sesuai

harapan pelanggan, agar terbentuk loyalitas pelanggan pada Hotel Kyriad Bumi Minang.

3. Bagi Akademis

- a. Sebagai tambahan rujukan dan referensi bagi masyarakat umum dalam menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruh tidak langsung dari kepuasan pelanggan
- b. Sebagai sarana dalam menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan
- c. Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan strategi pemasaran.

