

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha perhotelan merupakan salah satu komponen yang berperan penting dalam kemajuan sebuah kawasan baik itu kawasan wisata maupun kota. Hotel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa akomodasi (kamar) yang dikelola secara komersial dan menyediakan pelayanan makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas penunjang lainnya. Hotel saat ini ditata sedemikian rupa agar menarik dengan fasilitas yang lengkap beserta pelayanan yang prima. Seiring perkembangan zaman, industri perhotelan akan terus berkembang dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Industri perhotelan memegang peranan penting sebagai salah satu sektor pendukung sebuah kota. Sukses atau tidaknya bisnis perhotelan tergantung dari manajemen hotel masing-masing. Mengelola hotel adalah pekerjaan yang mudah jika manajemen yang diterapkan sudah tepat (Soendoro, 2014).

Bagi Kabupaten Labuhanbatu Selatan terutama di wilayah Cikampak kecamatan Torgamba bukan merupakan suatu wilayah pariwisata, dari segi geografisnya kabupaten Labuhanbatu Selatan adalah kota lintas timur perjalanan antara Aceh menuju Pulau Jawa, praktis Kabupaten Labuhanbatu Selatan khususnya Cikampak hanya lah sebuah kota tempat persinggahan sementara, oleh karena itu manajemen hotel harus berupaya memaksimalkan layanan bagi tamu yang singgah menginap, terutama dalam kualitas pelayanannya.

Kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai perbandingan antara layanan yang diiharapkan konsumen dengan layanan yang di terima. Menurut Kotler dan Keller (2016) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat, banyak hotel yang mengabaikan kualitas pelayanan terutama performance karyawan hotel terhadap tamu dan disiplin, dua indikator ini padahal sangat berperan penting bagi pengguna hotel, terutama ketika layanan kamar dan sarapan pagi.

Semakin tingginya persaingan dalam dunia usaha di zaman globalisasi seperti sekarang ini, maka adanya pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Karena kunci keberhasilan perusahaan sebenarnya sangat tergantung kepada suksesnya perusahaan dalam memuaskan kebutuhan konsumen selaku pelanggannya, persaingan hotel juga mempengaruhi tariff sewa kamar, harga yang bersaing sangat menentukan konsumen dalam mempertimbangkan untuk memilih dimana akan menginap, kesesuaian harga dengan layanan yang di dapatkan pelanggan adalah faktor penentu konsumen dalam memilih.

Mereka bersaing untuk menawarkan nilai lebih sebagai daya tarik pelanggan hotel karena persaingan yang ketat ini. Mereka mulai menambahkan fasilitas seperti makanan, minuman, dan layanan lain yang membuatnya lebih menarik bagi pelanggan. Selain itu, penambahan ornamen atau fasilitas kamar

yang lebih aman dan nyaman untuk membantu tamu betah saat berkunjung ke hotel. Akibatnya, para tamu pasti akan membuat keputusan yang lebih realistis saat memilih hotel yang menawarkan fasilitas yang ramah dengan harga yang wajar.

Secara alami, pelanggan akan memilih penginapan yang sesuai dengan preferensi mereka. Pelanggan yang berbeda tertarik pada hal yang berbeda. Harga yang terjangkau dan akomodasi yang luas biasanya memberikan tekanan yang lebih besar pada konsumen kelas menengah, yang lebih menikmati pengalaman ketika harga dan fasilitas diperhitungkan. Di sisi lain, konsumen dari kalangan menengah ke atas lebih cenderung memilih hotel dengan fasilitas full music, supermarket, kafe, room service, dan fasilitas lainnya yang meningkatkan kualitas tanpa mempengaruhi harga. Oleh karena itu, manajemen hotel perlu mahir dalam mengelola preferensi atau kriteria pelanggan. Mengenai ukuran konsumen yang berbeda, apalagi saat ini populasi penduduk Indonesia semakin banyak dan sebagian besar beragama Islam, maka berikut adalah data Akomodasi Hotel di Labuhanbatu Selatan.

No	Nama hotel	Jumlah kamar	Tariff per malam mulai dari
1	Royal permata hotel	21	200.000
2	Hotel Grand Suma	24	300.000
3	Grand sahada hotel	20	275.000
4	Penginapan harahap jaya	8	80.000
5	Hotel istana IX	28	100.000
6	Penginapan sudi mampir	15	150.000
7	Grand Permata Hotel	20	275.000

Sumber : pariwisataasumut.com

Suasana hotel yang nyaman dan bersih adalah indikator konsumen memilih hotel. Penataan eksterior dan interior yang estetik membuat suasana hotel

menjadi lebih hidup. Banyak hotel yang tidak memperhatikan penampilan luar hotel agar terlihat apik dan menarik, banyak hotel mengabaikan indikator ini sebagai penarik konsumen datang menginap.

Karena mayoritas produk bisnis hotel adalah jasa, maka keunggulan produknya menjadi salah satu faktor terpenting dalam menentukan keberhasilan awal suatu perusahaan perhotelan dalam memuaskan pelanggannya. Namun, keberhasilan awal suatu perusahaan hanya dapat dipertahankan dan diperluas oleh sikap manusianya, yang disebut sebagai sikap penerapan *Service Excellence* kepada pelanggan. Di penginapan atau hotel. Di negara maju telah dibuktikan bahwa *Service Excellence* dapat menghasilkan kepuasan pelanggan. *Service Excellence* adalah bagaimana karyawan atau sumber daya manusia organisasi menangani layanan pelanggan sehingga mereka pergi dengan kesan positif. Dalam konteks mengarahkan pelayanan, *Service Excellence* identik dengan sikap, niat baik, atau perilaku. Dengan demikian, klien akan merasa puas dan terus menggunakan administrasi penginapan/motel, namun lebih kritis lagi, pertukaran informasi tentang Kehebatan Bantuan sebuah usaha penginapan/hotel atau pendirian dan selanjutnya akan terjadi kenaikan volume kehadiran pelanggan sehingga usaha manajemen hotel pun akan meningkat.

Tujuan utama pemasaran adalah menumbuhkan loyalitas pelanggan. Ini karena, seperti yang diharapkan, loyalitas memastikan keuntungan bagi bisnis. Untuk menentukan strategi yang diperlukan untuk menjangkau, memperluas, dan mempertahankan pasar serta mempertahankan eksistensi perusahaan, pemasar harus menyadari pentingnya loyalitas pelanggan. Untuk organisasi mana pun

mendapatkan pelanggan baru itu mahal. Kemudian lagi, umumnya masuk akal untuk mengikuti klien yang ada, terutama dengan asumsi bahwa klien ini terpenuhi atau bahkan menyukai tenaga kerja dan produk yang diberikan sehingga pembeli sebagai klien menjadi lebih setia dalam melakukan pembelian dan memanfaatkan tenaga kerja dan produk yang disajikan oleh organisasi.

Pengertian loyalitas pelanggan menurut Omoregie et al (2018) yakni keputusan pelanggan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Tidak ada jaminan bahwa bila loyalitas terwujud lantas perusahaan dapat berjalan dengan sendirinya. Pada prinsipnya, perusahaan harus selalu aktif mencari berbagai inovasi dan terobosan dalam merespons setiap perubahan menyangkut faktor 3C (*Customers, Company, dan Competitors*). Efek loyalitas bagi perusahaan adalah memberikan sumber pendapatan terus menerus dalam kurun waktu bertahun-tahun.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, untuk dapat meneliti lebih jauh berdasarkan sudut pandang kualitas pelayanan, harga, suasana dan kepuasan pelanggan, maka penulis tertarik untuk mengajukan skripsi dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan, harga, suasana dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada grand permata hotel Cikampak”.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka untuk menghindari pembahasan yang meluas serta lebih terarahnya maka dibatasi masalah yaitu

: “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Suasana Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada (Study kasus pada Konsumen Grand Permata Hotel Cikampak)”

2. Rumusan Masalah.

Adapun rumusan masalah tersebut sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X_1) secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak?
2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga (X_2) secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan Suasana (X_3) secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak?
4. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Pelanggan (X_4) secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak?
5. Apakah Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Suasana (X_3) dan Kepuasan Pelanggan (X_4) secara Simultan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang kemudian digunakan untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_1) secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak.
2. Menganalisis pengaruh Harga (X_2) secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak.
3. Menganalisis pengaruh Suasana (X_3) secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak.
4. Menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan (X_4) secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak.
5. Menganalisis Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Suasana (X_3) dan Kepuasan Pelanggan (X_4) secara Simultan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Grand Permata Hotel Cikampak.

2. Manfaat Penelitian

Pada penelitian diatas diharapkan dapat memberikan manfaat,Antara lain :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, untuk menginap di Grand Permata Hotel Cikampak.

2. Bagi pemilik usaha.

Sebagai bahan masukan pada Grand Permata Hotel Cikampak dan memberikan perhatian dalam hal Kualitas Pelayanan, Harga, Suasana Dan Kepuasan Pelanggan sehingga akan berdampak pada kepuasan yang optimal.

3. Bagi peneliti lain.

Sebagai perbandingan referensi dan wacana yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

4. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Penelitian ini di harapkan menambah referensi bacaan mengenai pemasaran yang dapat berguna bagi ilmu pemasaran tentang Kualitas Pelayanan, Harga, Suasana Dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan