

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konsumen merupakan sasaran utama yang perlu diperhatikan oleh produsen atau perusahaan karena setiap konsumen mempunyai pendapat dan sikap yang berbeda-beda atas suatu produk. Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Engel et al (1994) Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa tembus didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut 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 dan Armstrong (2004) 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 ketidakberwujudan (intangibility) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Layanan disini adalah segala macam bentuk layanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi layanan yang diberikan oleh receptionist, bell boy, roomservice, security, cleaning service, dan lain-lain. Disamping kualitas layanan yang baik, lokasi juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Mayoritas dari para pengguna jasa hotel adalah mereka yang berasal dari luar daerah yang sedang memiliki urusan disekitar hotel itu berada baik untuk tujuan wisata, bisnis ataupun hanya sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan mereka. Oleh karena itu, lokasi hotel yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mengadakan akses terhadap hotel tersebut. Selain itu harga juga diduga ikut mempengaruhi keputusan menginap konsumen.

Harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli. Bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian jasa, seringkali harga menjadi satu-satunya faktor yang biasa mereka pahami. Bagi konsumen faktor harga sangat sensitif. Ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap harga (menjadi satu-satunya faktor pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Namun mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harganya. Lokasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan. Untuk menentukan lokasi suatu hotel, manajemen perusahaan biasanya menggunakan pendekatan biaya dengan strategi minimisasi biaya atau harga. Aktivitas ekonomi atau perusahaan cenderung untuk berlokasi pada pusat kegiatan sebagai usaha untuk mengurangi ketidakpastian akan keputusan yang diambil guna meminimumkan resiko. Oleh karena itu, keberlangsungan hidup dan kesejahteraan suatu perusahaan hotel salah satunya dipengaruhi oleh perencanaan pemilihan lokasi yang tepat. Pemilihan lokasi hotel yang tepat akan meminimalkan biaya atau harga.

PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi sebagai salah satu hotel ternama yang ada di kota Berastagi. Dalam menjalankan bisnisnya, pihak Hotel Berastagi harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal tersebut diatas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran. Pada perusahaan ini terjadi penurunan tingkat loyalitas konsumen yang tercermin dari penurunan jumlah pengunjung setiap bulannya yang melakukan transaksi.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	1.501
Februari	1.295
Maret	1.057
April	49
Mei	315
Juni	525
Juli	1.233
Agustus	935
September	553
Oktober	1.418
November	1.237
Desember	1.358

Sumber : PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi

Tabel 1.1. menunjukkan bahwa jumlah pada pengunjung yang tertinggi terjadi pada bulan Januari sedangkan yang terendah terjadi pada bulan April. Penurunan jumlah tamu

hotel ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak hotel dengan melakukan penyidikan mengenai penyebab jumlah tamu yang cenderung mengalami penurunan.

Kepuasan konsumen sangat penting bagi sebuah bisnis, karena dapat menciptakan komitmen dan loyalitas terhadap suatu produk. Konsumen akan membeli berulang-ulang, karena sudah tercipta kepercayaan dan pelayanan yang baik. Sehingga produk yang di beli pelanggan memang dapat membantu masalah atau menjadi solusi bagi pelanggan tersebut. Mutu suatu produk tergantung dari tingkat kepuasan pelanggan di dalam menggunakan produk tersebut. Tanpa adanya kepuasan pelanggan, maka suatu produk dapat di anggap gagal dalam memenuhi ekspektasi konsumen.

Kepuasan pada PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi ini mengalami penurunan yang ditandai dengan adanya masa pandemi untuk sekarang ini pihak hotel mengantisipasi adanya pengaruh besar antara pengunjung. Penurunan yang ditandai dengan meningkatnya keluhan pelanggan yang berkaitan dengan pelayanan yang belum maksimal seperti pelayanan online yang cukup lambat dalam memberikan informasi seputar hotel, adanya perubahan aturan yang ketat akibat pandemi ini sehingga mengakibatkan konsumen kecewa.

Faktor lain adalah fasilitas yang disediakan oleh pihak hotel, dimana fasilitas adalah sarana yang diberikan agar fungsi yang ada dapat lebih mudah digunakan. Apabila fasilitas yang diberikan kurang lengkap, maka tak jarang pula konsumen akan pindah ke hotel lain yang mempunyai kelengkapan fasilitas sehingga konsumen merasa nyaman untuk menginap di hotel tersebut.

Adapun faktor lain yaitu lokasi, jika lokasi yang dipilih adalah lokasi yang strategis maka dampak pemilihan lokasi tersebut sangat menguntungkan bagi pihak hotel. Jika pihak hotel berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing hotel lain untuk mendapatkan akses yang mudah. Lokasi yang mudah dijangkau juga membantu para pengunjung untuk mendistribusikan suatu produk atau jasa di hotel tersebut.

Dari permasalahan di atas peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul : “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi”.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yaitu:

1. Kualitas pelayanan mengalami penurunan terlihat dari adanya masa pandemi sekarang ini.
2. Fasilitas yang masih belum berkembang.

3. Lokasi yang masih kurang strategis bagi pengunjung.
4. Kepuasan pelanggan mengalami penurunan terlihat dari tingkat penurunan pelanggan di bulan april.

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas yang masih belum berkembang terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana lokasi yang masih kurang strategis terhadap kepuasan pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh :

1. Untuk menganalisis Pelayanan Karyawan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi
2. Untuk menganalisis pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi ?
3. Untuk menganalisis Lokasi Keputusan Menginap terhadap kepuasan pelanggan Pada PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak hotel, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan hotel, terutama yang berhubungan dengan kualitas layanan, fasilitas yang disediakan dan pemilihan lokasi sehingga bisa mempertahankan jumlah pelanggan dan bila perlu meningkatkan jumlah pengguna jasa hotel tersebut.

1.6 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Menurut (Tjiptono 2011:121 dalam Faris L. Lumentut, Indrie D. Palandeng, 2014) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan 11 bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan.

1.7. Teori Pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

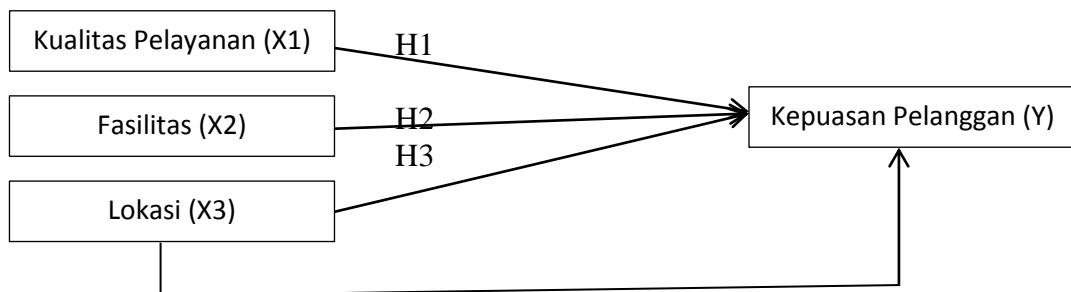
Menurut Sulastiyono dalam Kusuma (2015: 3) Mendefinisikan bahwa “Fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas/aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya.”. sedangkan menurut Tjiptono (2014 : 317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang

ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen.

1.8 Teori Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler & Keller 2009b: 17 dalam J.F.T. Bailia., A.S. Soegoto., S.SR. Loindong 2014) menyatakan bahwa lokasi merupakan setiap lapisan perantara pemasaran yang akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir.

1.9. Kerangka Konseptual



I.10. Hipotesis Penelitian

Menurut Sujarweni (2015 : 68) bahwa hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Grand Mutiara Hotel

Berastagi

H2 : Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi

H3 : Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi

H4 : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada

PT. Grand Mutiara Hotel Berastagi