

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Industri Perhotelan merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang pariwisata. Industri Perhotelan dari waktu ke waktu mengalami peningkatan yang signifikan. Terlebih saat selesainya pandemi, orang yang melakukan perjalanan wisata sangat meningkat. Seperti orang yang tinggal di perkotaan sangat ingin melakukan perjalanan wisata ke daerah pegunungan.

Hotel Juma Eluk adalah hotel yang berada di daerah wisata tepatnya di Berastagi/Kabanjahe. Hotel ini sudah berdiri sejak tahun 2017 yang berawal dari penginapan. Berikut ini adalah tabel target dan realisasi yang terjadi pada Hotel Juma Eluk pada bulan Juli 2021 – Juni 2022 :

No.	Bulan/Tahun	Target	Realisasi
1	Juli/2021	60 orang	68 orang
2	Agustus/2021	60 orang	71 orang
3	September/2021	60 orang	59 orang
4	Oktober/2021	65 orang	83 orang
5	November/2021	70 orang	62 orang
6	Desember/2021	90 orang	127 orang
7	Januari/2022	70 orang	95 orang
8	Febuari/2022	65 orang	73 orang
9	Maret/2022	60 orang	80 orang
10	April/2022	60 orang	77 orang
11	Mei/2022	90 orang	125 orang
12	Juni/2022	60 orang	76 orang

Menurut data Juli 2021 sampai Juni 2022 jumlah tamu di Hotel Juma Eluk meningkat hal tersebut mengindikasikan bahwa tamu merasa puas menginap di Hotel Juma Eluk. Jumlah tamu yang tertinggi terdapat pada bulan Desember 2021 dengan jumlah tamu 127 orang dan jumlah tamu terendah ada pada bulan September 2021 dengan jumlah 59 orang.

Penentuan harga mempunyai peranan penting bagi perusahaan untuk membantu dalam menentukan harga jual suatu produk/ jasa. Tujuan dari penetapan suatu harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, serta meluaskan target pemasaran. dari hasil wawancara awal, peneliti mendapatkan data bahwa harga menginap di hotel Juma Eluk ini berkisar Rp. 300.000,00 sampai Rp.700.000,00

Kepuasan tamu di hotel Juma Eluk juga di pengaruhi oleh faktor promosi yang dilakukan oleh pihak hotel ataupun perusahaan. Adapun berdasarkan wawancara/observasi awal promosi yang dilakukan hotel seperti tamu yang menginap lebih dari 5 hari akan mendapatkan potongan harga sebesar 8% dan memesan kamar 1 bulan sebelum menginap sebesar 10% dan juga terdapat promosi pada hari besar.

Berdasarkan wawancara awal kepada beberapa tamu yang menginap di hotel Juma Eluk, diketahui pelayanan yang dilakukan oleh resepsionis/customer service dikategorikan baik, dan memuaskan. Sehingga tamu yang datang menginap di hotel tersebut lebih dari satu kali. Berikut adalah data tamu yang menginap lebih dari satu kali :

No.	Nama	Keterangan
1	Reza Sibutar-Butar	Menginap pada 12 Agustus 2021 – 14 Agustus 2021, 2 Oktober 2021 – 3 Oktober 2021
2	Ester Muliani	Menginap pada 17 Agustus 2021 – 18 Agustus 2021, 30 Desember 2021 – 3 Januari 2022
3	Muhammad Yusuf	Menginap 21 September 2021 – 22 September 2021, 30 Desember 2021 – 4 Januari 2022
4	Drs. H. Djarot Saiful Hidayat M.S.	Menginap 11 Juli 2021 – 14 Juli 2021, 24 Januari 2022 – 27 Januari 2022
5	Aditya Pores	Menginap 31 Desember 2021 – 3 Januari 2022, 22 April 2022 – 24 April 2022

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis harga ataupun promosi pada Hotel Juma Eluk, dan juga untuk menguji dan menganalisa kualitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam memilih untuk menginap di Hotel Juma Eluk.

1.3 Tinjauan Pustaka

I.3.1.1 Pengertian harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2013:151), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

I.3.1.2 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:452), indikator yang digunakan dalam penetapan harga antara lain yaitu penetapan harga jual, elastisitas harga, pertumbuhan harga pesaing.

I.3.1.3 Teori pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Menurut Buchari Alma (2011:169) mengemukakan bahwa “Harga sebagai nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang”. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

I.3.2.1 Pengertian promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2019:63) promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.

I.3.2.2 Indikator variabel Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:432), bauran promosi terdiri atas 5 (lima) alat-alat promosi yaitu: Advertising, Sales promotion, Personal selling, Public relations, Direct marketing.

I.3.2.3 Teori Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:92), promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.

I.3.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Ibrahim dalam Hardiansyah (2011:40) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan public tersebut.

I.3.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

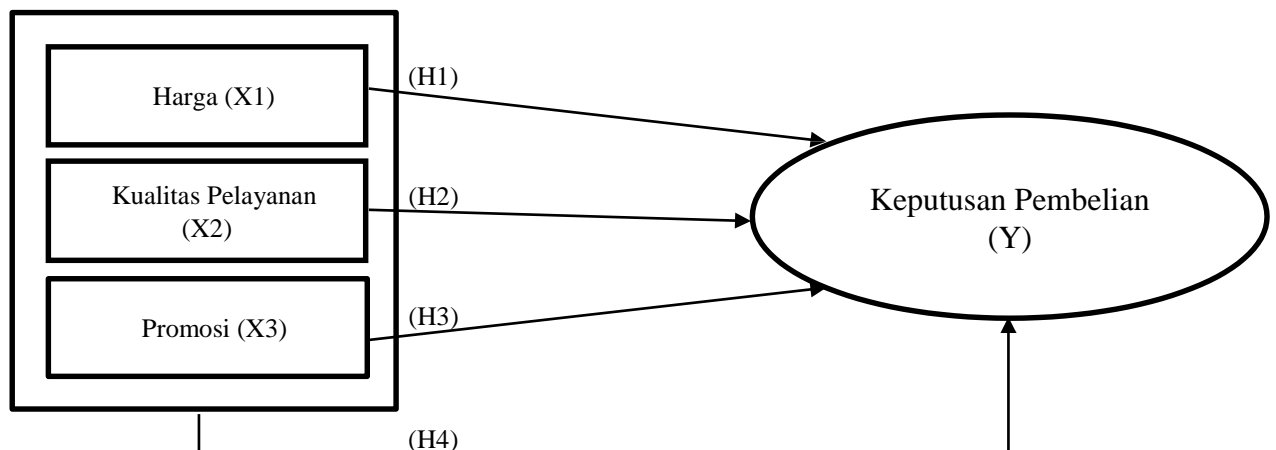
Menurut Zheithalm et al dalam Ariani (2002:180) lima faktor pokok yang dikenal dengan SERQUAL (service quality) yang terdiri dari: Bukti fisik (tangibels), Keandalan (reliability), Daya tanggap (responsiveness), Jaminan (assurance), Empati

(emphaty), pengetahuan tentang pelanggan.

I.3.3.3 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Hardiansyah (2011:42) organisasi pelayanan public mempunyai ciri public accountability, dimana setiap warga negara mempunyai hak untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang mereka terima.

I.4. Kerangka Konseptual



Gambar Kerangka Konseptual

I.5. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Ewil Suranta (2018)	Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian kamar Hotel.	X1=Harga, X2=kualitas produk, X3=promosi Y1=Keputusan pembelian	Variabel Harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
2	Kevin Kodu (2019)	Harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan pengaruh terhadap keputusan pembelian kamar Hotel.	X1 = Harga, X2= kualitas produk, X3 = kualitas pelayanan Y1 = Keputusan Pembelian	Variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3	Alfeus Theo (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian kamar Hotel.	X1 = Kualitas pelayanan X2 = kualitas produk Y1 = kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Juma Eluk Hotel.

I.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan jawaban sementara dari masalah penelitian. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti mengemukakan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kamar pada Hotel Juma Eluk
2. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kamar pada Hotel Juma Eluk
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kamar pada Hotel Juma Eluk
4. Harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pembelian kamar pada Hotel Juma Eluk.