

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perekonomian masyarakat semakin meningkat. Meningkatnya kebutuhan masyarakat mengakibatkan perusahaan-perusahaan semakin ketat dalam persaingan, untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen atau masyarakat. Dimana perusahaan-perusahaan disekitar banyak yang berdiri dan semakin banyak persaingan, untuk itu perusahaan harus mencari konsep persaingan bisnis agar perusahaan tersebut lebih unggul.

Dalam hal ini mungkin dapat kita lihat banyak pembangunan hotel di sejumlah kota, terjadinya hal ini dikarenakan pangsa pasar yang mengalami peningkatan akan kebutuhan hotel yang nyaman. Banyak kalangan masyarakat yang menganggap kurang pentingnya hotel. Tetapi bagi kalangan yang mempunyai aktivitas bisnis yang diwajibkan berpergian dari satu kota ke kota yang berbeda dalam menjalankan bisnis mereka, tentu saja mereka pembisnis menganggap hotel sangatlah penting bagi mereka, karena hotel salah satu aspek penting untuk tempat mereka istirahat yang nyaman sebelum mereka menjalankan bisnis nya.

Hotel juga dimanfaatkan sebagai lokasi dalam melakukan rapat, acara pernikahan, pertemuan-pertemuan, dan acara-acara ulang tahun. Dalam hal tersebut bisa kita amati bertambah banyaknya pembangunan hotel merupakan pertanda makin kerasnya kompetisi dikalangan perhotelan. Maka dari itu pengusaha hotel ditarik agar dapat mengubah konsep pemasaran untuk lebih menarik maupun unggul untuk membuat konsumen tertarik dilakukanlah kegiatan promosi, memasang iklan, diskon dan sebagai lainnya. Adapun cara agar konsumen tertarik untuk berkunjung adalah memberi layanan terbaik bagi konsumen.

Konsumen pun akan di hadapkan kesulitan untuk keputusan saat melakukan pemilihan hotel, dikarenakan masing-masing hotel akan berupaya melakukan pelayanan yang unggul kepada konsumen. Hal tersebut akan membuat pihak manager berlomba-lomba membuat pandangan atau edifikasi yang terbaik di mata konsumen dan konsumen juga bisa menjadi media promosi yang terbaik. Data terkaita banyaknya pengunjung Hotel Danau Toba Internasional Medan Tahun Januari-september 2022.

Tabel 1.1
Jumlah pengunjung Hotel Danau Toba International Medan
Periode September – Desember 2022

Bulan	Pengunjung (orang)
	Jumlah
September	6.709
Oktober	4.976
November	7.719
Desember	5.605

Sumber : Hotel Danau Toba International Medan

Data dalam tabel 1.1 mengindikasikan bahwasanya besarnya pengunjung di bulan oktober 2022 mengalami penurunan. Pada bulan November kembali mengalami peningkatan. Besarnya jumlah pengunjung tertinggi ada di bulan November sebanyak 7719 pengunjung serta besarnya jumlah pengunjung terendah ada di bulan Oktober sebanyak 4976 pengunjung. menurunnya jumlah pengunjung yang ada di bulan Oktober 2022 terjadi sebab terdapat faktor mengalami penurunan terkalit kualitas akan pelayanan yang disediakan di Hotel Danau Toba Medan.

Berlandaskan latar belakang yang telah dijelaskan maka peneliti memiliki keterkaitan dalam melaksanakan pengujian dengan judul

“ PENGARUH TRAVELOKA, INSTAGRAM, DAN PEGI-PEGI TERHADAP LOYALITAS TAMU DI HOTELDANAU TOBA INTERNASIONAL”

I.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan pemaparan sebelumnya dalam latar belakang diatas, sehingga bisa dirumuskan masalah seperti berikut ini:

1. Apakah Traveloka memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Loyalitas Tamu di Hotel Danau Toba Internasional Medan ?
2. Apakah Instagram memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Loyalitas Tamu di Hotel Danau Toba Internasional Medan ?
3. Apakah Pegipegi memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Loyalitas Tamu di Hotel Danau Toba Internasional Medan ?

4. Apakah Traveloka, Instagram dan Pegipegi memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Loyalitas Tamu di Hotel Danau Toba Internasional Medan?

I.3 Tujuan Penelitian

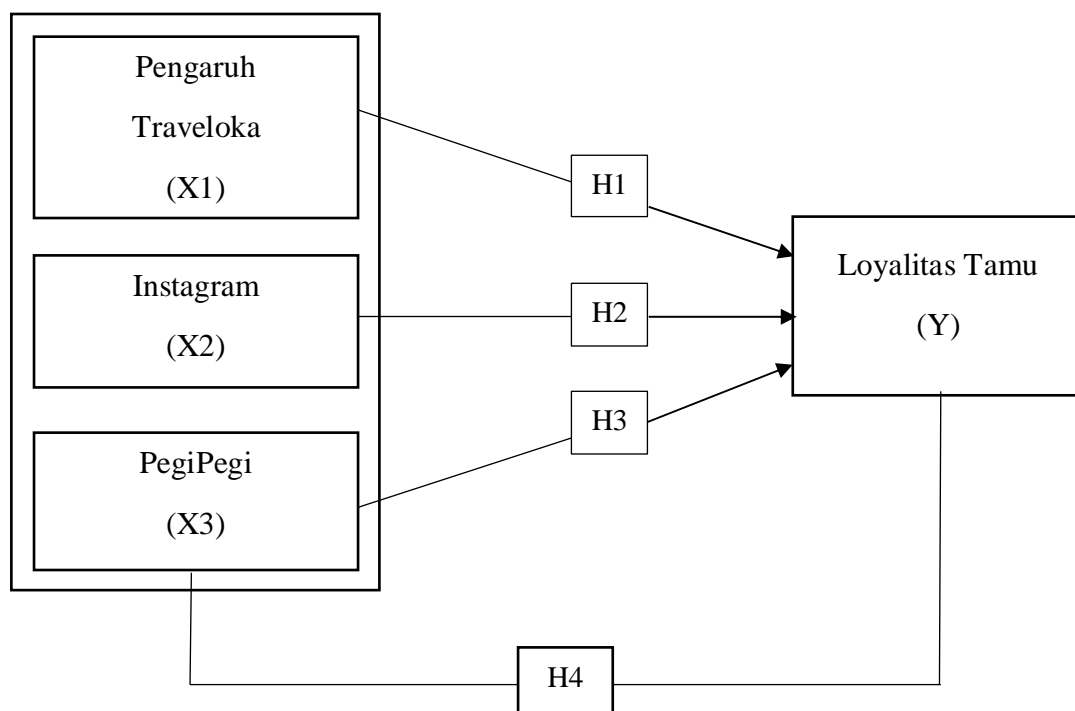
Berlandaskan rumusan permasalahan yang diuraikan sehingga tujuan diadakannya riset ini yaitu:

1. Untuk menganalisis apakah Traveloka memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Loyalitas Tamu di Hotel Danau Toba Internasional Medan.
2. Untuk menganalisis apakah Instagram memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Loyalitas Tamu di Hotel Danau Toba Internasional Medan.
3. Untuk menganalisis apakah Pegipegi memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Loyalitas Tamu di Hotel Danau Toba Internasional Medan.
4. Untuk menganalisis apakah Traveloka, Instagram dan Pegipegi memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Loyalitas Tamu di Hotel Danau Toba Internasional Medan

I.4 Manfaat Penelitian

Berlandaskan penelitian diatas semoga dapat dipergunakan serta bermanfaat bagi seluruh pihak yang bersangkutan terkait topik yang di tulis diatas, dan harapannya dapat dipergunakan sebagai referensi agar mendapatkan hasil data yang baik dan lebih sempurna lagi.

I.5 Kerangka Konseptual



I.6 Hipotesis

Menurut Suarweni (2015:68) bahwasanya hipotesis penelitian yaitu jawaban awal terkait tujuan riset yang merupakan turunan dari kerangka konseptual yang sudah ditentukan. Hipotesis pada penelitian ini yaitu berikut ini:

H1 : Traveloka berpengaruh pada loyalitas tamu di Hotel Danau Toba Internasional.

H2 : Instagram memiliki pengaruh pada loyalitas tamu di Hotel Danau Toba Internasional.

H3 : Pegipegi berpengaruh pada loyalitas tamu di Hotel Danau Toba Internasional.

H4 : Traveloka, Instagram, Pegipegi berpengaruh pada loyalitas tamu di Hotel Danau Toba Internasional.