

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Hotel merupakan salah satu sarana akomodasi yang digunakan bagi para pelaku bisnis maupun wisatawan sebagai tempat tinggal sementara untuk beristirahat, maupun tempat untuk makan dan minum. Keberadaan hotel ditengah-tengah masyarakat dirasakan semakin penting bagi yang membutuhkan kebutuhan tempat untuk menginap dalam berbagai keperluan. Dengan melihat peluang tersebut sejumlah hotel melakukan aktivitas pemasaran dengan mengadakan acara di hotel untuk memancing pengunjung yang pada akhirnya tertarik untuk menginap. Pengertian hotel menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 adalah "Suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial. Menurut American Hotel and Motel Association (AHMA), bahwa hotel dapat didefinisikan sebagai suatu usaha bisnis yang utama menyediakan fasilitas penginapan untuk masyarakat umum dan yang melengkapi satu atau lebih hal berikut Kualitas Pelayanan makanan dan minuman, petugas layanan kamar, layanan berseragam, laundry linen dan penggunaan furnitur dan perlengkapan.

Industri perhotelan yang bergerak di bidang akomodasi penginapan ini juga sama dengan industri lainnya. Sudah semakin berkembang dan semakin banyak bangunan perhotelan di setiap tempat. Baik di kota besar maupun di kota kecil. Walaupun di sebagian kota besar biasanya lebih banyak hotel-hotel besar dan megah misal hotel bintang lima. Industri perhotelan tersebut bukan hanya memberikan akomodasi penginapan. Tapi di dalam ada banyak jasa yang ditujukan khusus oleh orang-orang yang menginap. Fasilitas hotel biasanya disesuaikan dengan bilangan bintang pada hotel tersebut. Semakin bertambahnya bilangan bintang pada suatu hotel, maka semakin bertambah pula fasilitas yang diberikan kepada masyarakat yang menginap di suatu hotel. Sudah sejak lama

industri perhotelan dianggap sebagai suatu industri yang menguntungkan dan juga selalu mengalami perkembangan. Karena hotel dan penginapan memang selalu dibutuhkan oleh para pelancong yang mendatangi suatu kota tertentu. Dan merseka yang membangun hotel tersebut memberikan kenyamanan pada masyarakat yang menginap agar mereka bisa tidur dengan nyaman melebihi pada saat tidur di kamar sendiri. Karena hanya dengan tidur yang nyaman saja, perjalanan yang melelahkan pun tidak akan terasa oleh orang-orang yang menginap di suatu hotel. Maka dari itu, kenyamanan merupakan hal yang utama di dalam industri perhotelan.

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia merupakan salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita amati, terlebih dengan adanya globalisasi yang mendorong informasi lebih cepat tersebar. Dewasa ini banyak bermunculan industri-industri baru baik di bidang manufaktur maupun di bidang jasa. Saat ini tidak hanya industri manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian, namun industri jasa juga tidak kalah penting untuk memberikan kontribusinya dalam pertumbuhan ekonomi. Produk yang baik tetapi tidak diimbangi dengan Kualitas Pelayanan yang baik dirasa akan percuma karena konsumen sekarang ini tidak lagi sekedar membeli produk, tetapi juga segala aspek jasa/Kualitas Pelayanan pada produk tersebut mulai dari tahap pra pembelian hingga tahap purna beli. Maka hal tersebut mendorong persaingan saat ini tidak hanya memberikan produk yang terbaik akan tetapi juga Kualitas Pelayanan pra pembelian ataupun purna pembelian.

Salah satu upaya untuk mempertahankan kualitas perusahaan adalah dengan menciptakan kepuasan pada pelanggan karena kepuasan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Dengan memberi kepuasan kepada pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan keuntungan dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kepuasan Konsumen/pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya (Umar, 2015:65). Seorang konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan

dalam waktu yang lama. Kepuasan yang dirasakan pelanggan tergantung dari persepsi mereka terhadap harapan dan kualitas Kualitas Pelayanan yang diberikan perusahaan. Apabila harapan pelanggan lebih besar dari kualitas Kualitas Pelayanan yang diterima maka konsumen tidak puas. Demikian pula sebaliknya, apabila harapan sama atau lebih kecil dari kualitas Kualitas Pelayanan yang diterima, maka pelanggan kurang puas. Kualitas Kualitas Pelayanan merupakan pengukuran terhadap tingkat layanan yang diberikan atau disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan sebagai bagian dari strategi pemasaran jasa yang memiliki peranan besar bagi keberhasilan perusahaan. Adanya Kualitas Pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterima, konsumen akan membandingkan Kualitas Pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk bergabung di tempat yang sama. Pengaruh antara kualitas Kualitas Pelayanan dengan kepuasan konsumen diperkuat oleh jurnal Wawan Widya Suryadharma dan Ketut Nurcahya (2015) yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sartika Moha, Sjendry Loindrong (2016) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas Kualitas Pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan tamu.

Pada Reddoorz Naer Mikie Holiday sering sekali pelanggan mengalami kekecewaan dikarenakan matinya air secara tiba-tiba tanpa ada pemberitahuan yang jelas serta tepat kepada seluruh pelanggan dan respon pihak manajemen hotel yang masih terbilang lambat dalam memenuhi keinginan para pelanggan dikarenakan kurangnya komunikasi dari karyawan secara langsung kepada seluruh pelanggan. Kurangnya kontrol yang dilakukan para karyawan terhadap keadaan atau situasi yang terjadi disekitaran hotel.

**Tebel 1.1**

**Perkembangan Pelanggan Dalam Tiga Tahun Terakhir Pada Reddoorz Near Mikie Holiday Dalam Setiap Tahunnya**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>
2018	2.750
2019	2.900
2020	2.400

Sumber : Data Pelanggan dari Reddoorz Near Mikie Holiday

Dilihat dari table 1.1 menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah pelanggan dari 2.750 orang menjadi 2.900 orang terjadinya kenaikan dikarenakan hotel masih sering memberikan *cash back* atau potongan harga dengan tujuan agar hotel dapat lebih dikenal pengunjung, namun terjadi penurunan pada tahun 2020 menjadi 2.400 orang terjadinya penurunan yang cukup drastis disebabkan tidak adanya program apapun yang dilakukan pihak hotel.

Cara mendapatkan rasa kepuasan konsumen sering kali dilakukan dengan memberikan potongan harga atau diskon. Potongan harga biasa didefinisikan dengan kegiatan untuk mengurangi harga suatu produk, supaya harga produk tersebut bisa di bawah harga normal dan dilakukan pada jangka waktu tertentu. Harga produk akan mengalami pengurangan dari harga. “Konsumen menyukai *discount* karena konsumen mendapat pengurangan kerugian dari potongan harga langsung dari suatu produk”. Ben Lowe dalam Septian Wahyudi (2017:276). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko Budianto (2018) dimana didalam penelitian tersebut ditemukan bahwa diskon harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

*Price Discount* yang juga merupakan salah satu dari fasilitas yang diberikan perusahaan kepada para pelanggannya. Sementara pada Reddoorz Near Mikie Holiday sendiri jarang atau bahkan dalam satu bulan tidak memberikan potongan harga kepada para pelanggannya.

**Tabel 1.2**

***Price Discount* di Hotel Reddoorz Near Mikiee Holiday**

Jumlah Kamar	Pemesanan	<i>Discount</i>
1 kamar	30 hari sebelum check-in	5%
2 kamar	30 hari sebelum check-in	7,5%
3 kamar	30 hari sebelum check-in	10%
4 kamar	30 hari sebelum check-in	12,5%
5 kamar	30 hari sebelum check-in	15%
>5 kamar	30 hari sebelum check-in	<i>Free</i> 1 kamar
	Pada saat check-in	30%

Sumber : Data Pelanggan dari Reddoorz Near Mikie Holiday

*Price discount* yang diberikan Reddoorz Near Mikie Holiday biasanya berupa pengurangan harga kamar sekitar 5-20% dari harga kamar normal, selain itu Reddoorz Near Mikie Holiday juga memberikan harga khusus untuk pelanggan yang memesan kamar banyak kamar biasanya harga khusus yang diberikan dalam bentuk *free* 1 kamar untuk setiap pemesanan diatas 5 kamar.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *price discount* terhadap kepuasan pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday**”.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Setelah penulis melalui pengamatan-pengamatan terhadap objek penelitian, maka dalam penelitian ini terlebih dahulu masalah tersebut diidentifikasi melalui pengamatan-pengamatan yang penulis lakukan terhadap objek penelitian. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pelanggan merasa kurang puas akan Kualitas Pelayanan yang diberikan manajemen hotel, karena masih kurang sigap dalam memenuhi keinginan pelanggan, ditandai dengan masih lamanya respon pelanggan apabila pelanggan butuh membutuhkan sesuatu diluar service yang sudah dilakukan untuk para pelanggan.
2. Kurangnya kontrol dari manajemen hotel kepada pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.
3. Manajemen hotel jarang memberikan potongan harga.

### **1.3. Batasan Masalah**

Untuk menghindari kekeliruan dalam penafsiran mengenai masalah yang dibahas serta terbatasnya waktu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, maka dalam hal ini permasalahan hanya dibatasi pada Kualitas Pelayanan yang dilakukan terhadap pelanggan, seberapa banyak *price discount* yang diberikan pihak hotel kepada pelanggan, dan menilai seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap Reddoorz Near Mikie Holiday.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan sesuatu yang sangat penting dalam suatu penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Reddoorz Near Mikie Holiday?
2. Apakah ada pengaruh *price discount* terhadap kepuasan pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday?
3. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan *price discount* terhadap kepuasan pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Reddoorz Near Mikie Holiday.
2. Untuk mengetahui mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *price discount* terhadap kepuasan pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday.
3. Untuk mengetahui mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan *price discount* terhadap kepuasan pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday.

## 1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk penulis, dapat menambah ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan khususnya tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan *price discount* terhadap kepuasan pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday.
2. Untuk perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran dan diharapkan dapat dijadikan informasi yang bermanfaat bagi Reddoorz Near Mikie Holiday tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan *price discount* terhadap kepuasan pelanggan pada Reddoorz Near Mikie Holiday.
3. Bagi pihak lain, diharapkan dapat digunakan sebagai perbandingan bagi penelitian selanjutnya.
4. Bagi Universitas Quality Berastagi, sebagai bahan studi kepustakaan dan memperkaya penelitian ilmiah pada program studi Sarjana (S-1).

