

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, pada dunia bisnis sudah banyak persaingan yang sangat ketat, terutama di perusahaan bidang perhotelan. Pada setiap persaingan, para pelaku bisnis menggunakan banyak cara atau strategi yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan yang maksimal serta melayani dengan sebaik mungkin, karena tujuan bisnis adalah untuk menciptakan rasa kepuasan bagi pelanggan sehingga menciptakan loyalitas pelanggan (Moha et al., 2016). Perubahan perspektif dalam manajemen hotel adalah untuk menciptakan pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan. Persaingan antar hotel dalam industri perhotelan tampaknya terlihat semakin meningkat, sehingga manajemen hotel harus selalu dievaluasi kinerjanya (Dalimunthe, 2017).

Hotel merupakan salah satu perusahaan yang berperan penting dalam pengembangan kawasan wisata. Hotel adalah suatu usaha yang dikelola secara komersial yang bergerak di bidang usaha jasa akomodasi (kamar), penyediaan jasa makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas penunjang lainnya (Moha et al., 2016). Hotel saat ini didesain semenarik mungkin dengan fasilitas penunjang yang lengkap didukung oleh desain bangunan, interior, eksterior dan suasana khas yang diciptakan oleh hotel serta memberikan pelayanan yang prima. Hal ini sejalan dengan pengertian hotel oleh SK Menparpostel dalam Pengantar Devi Statistik Kesehatan 2018 (Putri et al., 2021) merupakan suatu jenis akomodasi yang memanfaatkan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan makanan dan minuman, serta jasa lain bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersial dan memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan pemerintah.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi naik turunnya industri perhotelan, diantaranya bagaimana sebuah hotel dapat menarik dan mempertahankan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan dan memiliki pelanggan yang loyal. (Septiyowati & Oetomo, 2017). Dalam menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang baik, harga yang baik dan fasilitas yang baik. Menurut Cronin dan Taylor dalam (Setyowati & Wiyadi, 2017), semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan dan dirasakan oleh pelanggan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang kemudian akan menghasilkan sebuah loyalitas pelanggan.

Kualitas layanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam hal strategi diferensiasi ketika menjual produk/jasa yang sama, dan kualitas layanan menjadi faktor penting yang menarik bagi konsumen. Menurut Goetsch dan Davis dalam (Sulistiyadi & Oetomo, 2016) Kualitas adalah suatu keadaan dinamis yang mempengaruhi produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dengan demikian, pengertian kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaiannya sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci keberhasilan untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Sehingga diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan menarik pelanggan serta memiliki nilai yang lebih tinggi dari pesaing lainnya. Perusahaan juga harus dapat menawarkan layanan yang memenuhi keinginan pelanggan dan dapat memuaskan pelanggan mereka.

Semakin baik layanan suatu perusahaan, maka semakin besar pula dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian yang sesuai dengan harapan pelanggan. Bagi perusahaan yang beroperasi di sektor jasa, memberikan layanan berkualitas kepada konsumen merupakan kebutuhan mutlak jika ingin bisnis berhasil. Agar suatu perusahaan dapat berkembang dan memperoleh keunggulan bersaing, maka suatu perusahaan harus dapat

memberikan suatu produk atau jasa yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga mereka merasa puas dan loyal terhadap produk atau jasa yang diberikan, maka dari itu perusahaan perlu memperhatikan hal-hal yang penting bagi pelanggan agar mereka merasa puas dan pada akhirnya membangun loyalitas pelanggan yang tinggi seperti yang diharapkan. (Septiyowati & Oetomo, 2017).

Menurut Kotler (2012) Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk suatu produk atau jasa untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sehingga harga juga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan mempengaruhi terhadap potensi keuntungan jangka panjang. Harga produk atau jasa jika dibandingkan dengan nilai yang diterima pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Harga yang kompetitif tampaknya menjadi pilihan bagi pengguna jasa hotel sebagai tempat persinggahannya. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan (dalam Thungasal & Dr. Ir. Hotlan Siagian, 2019).

Selain kedua hal tersebut, di dalam industri perhotelan yang juga sama pentingnya untuk menciptakan loyalitas pelanggan adalah fasilitas yang disediakan. Fasilitas adalah sarana dan menjadi penunjang yang memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan aktivitas, Hal ini sejalan dengan pengertian fasilitas menurut Youti dalam (Putri et al., 2021) dimana fasilitas adalah segala sesuatu, baik barang maupun jasa, yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri bahwa fasilitas adalah segala sesuatu sarana pendukung yang menunjang kenyamanan konsumen.

Seperti yang kita ketahui di Bandar Lampung sendiri terdapat banyak sekali tipe-tipe hotel, mulai dari hotel berbintang satu hingga hotel berbintang empat. Berikut Tabel Hotel mulai dari bintang satu sampai bintang 4 :

Tabel 1.1 Tipe-tipe Hotel berbintang 1 hingga berbintang 4

Hotel Bintang 1	Hotel Bintang 2	Hotel Bintang 3	Hotel Bintang 4
Wisma Delima	Anugerah Express	Horison Lampung	Bukit Randu Hotel & Resort
Grand Citihub Hotel	POP! Hotel Tanjung Karang	Amalia Hotel Lampung	Radisson Lampung Kedaton
Rumah Delima	Hotel Pelangi Lampung	Batiqa Hotel Lampung	Swiss-Belhotel Lampung
Kurnia Dua Hotel	Grande Hotel Lampung	Hotel Grand Praba	Novotel Lampung
Hotel Arinas	Hotel Andalas Permai	Hotel Grand Anugerah	Sheraton Lampung

Sumber : Tiket.com

Berdasarkan sumber (Tiket.com, 2022) dapat kita ketahui dari tabel 1.1 diatas bahwa di kota Bandar Lampung ini terdapat banyak sekali berbagai macam tipe hotel, mulai dari hotel bintang satu hingga hotel berbintang empat. Bandar Lampung memiliki penginapan yang berkelas dan berfasilitas yang tak kalah dengan hotel berkelas mewah. Salah satunya Penginapan Hotel Bukit Randu & Resort. Yang dimana Penginapan ini merupakan hotel bintang 4 dan berlokasi di Jalan Kamboja No. 1- 2A, Bandar Lampung, Lampung 35125, yang lokasinya sangat strategis dan mudah untuk dijangkau. Penginapan ini merupakan akomodasi jasa yang telah berdiri sejak tahun 2004 silam yang memberikan keindahan kota berupa panorama kota Bandar Lampung.

Hotel Bukit Randu Hotel & Resort menawarkan kamar hotel dengan harga yang murah karena ada potongan harga, diskon, dan promo dengan kualitas bagus dan terbaik yang telah dilengkapi dengan fasilitas yang cukup memadai termasuk akses internet yang lancar melalui jaringan internet, lahan parkir yang luas, keamanan selama 24 jam dan pelayanan yang baik dan juga ramah. Selain itu juga pelayanan yang cepat membuat para konsumen akan tertarik dengan fasilitas dan kualitas jasa yang disediakan penginapan ini.

Dibalik kesuksesan sebuah perusahaan juga ada gejolak naik turunnya sebuah bisnis. Dimana naik turunnya bisnis tersebut dapat dirasakan juga oleh Hotel Bukit Randu & Resort. Hotel ini mengalami penurunan pelanggan yang sangat drastis pada tahun 2020, bisa kita lihat pada tabel 1.2 dibawah ini :

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Hotel Bukit Randu

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2018	27196
2	2019	27152
3	2020	20651
4	2021	21715
5	September 2022	17043

Sumber : Hotel Bukit Randu & Resort

Berdasarkan tabel diatas bahwasannya pada tahun 2018 dan 2019 Hotel Bukit Randu & Resort ini memiliki jumlah pengunjung yang cukup besar dan stabil. Namun, hotel tersebut mengalami penurunan yang sangat drastis pada tahun 2020 yang dikarenakan berkurangnya jumlah pengunjung akibat merebaknya virus corona. Dimana wabah virus corona ini pertama kali terdeteksi pada Desember 2019 di kota Wuhan China dan sejak Januari 2020 WHO telah mengumumkan bahwa dunia masuk kedalam global terkait virus COVID-19. (Indriya, 2020). Namun sejak awal Maret 2020, Covid-19 mulai menyebar di Indonesia dan pemerintah pertama kali mengumumkan bahwa virus corona (COVID-19) telah menyebar atau mewabah di Indonesia. Pemerintah telah mulai menerapkan beberapa aturan untuk memutus mata rantai penyebaran virus COVID-19 di Indonesia dengan memberlakukan beberapa cara seperti physical distancing yaitu menjaga jarak aman minimal satu meter dengan orang lain, melaksanakan kegiatan sekolah secara daring, pemberlakuan bekerja dirumah (WFH) serta memakai masker dan rajin mencuci tangan. Hal tersebut sudah dijadikan aturan atau kebijakan pemerintah sesuai pertimbangan yang telah dianalisa secara maksimal (Buana, 2017).

Namun setelah sempat mengalami penurunan yang sangat drastis pada tahun 2021 dan september 2022 Hotel Bukit Randu & Resort pun mulai mengalami kenaikan pengunjung yang lebih baik dari tahun sebelumnya yang artinya Hotel Bukit Randu & Resort mampu bertahan pada masa pandemi tersebut. Dan dengan adanya aturan pemerintah untuk melakukan physical distancing, Hotel Bukit Randu & Resort mampu menerapkan aturan yang telah anjurkan selama proses transaksi baik antara pengunjung hotel dan juga karyawan seperti melakukan cek suhu tubuh, kebersihan lingkungan hotel terjaga dan tetap memberikan pelayanan yang baik secara maksimal yang menjadi faktor dalam menilai suatu kualitas layanan yang perusahaan berikan oleh suatu perusahaan, hal tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan rasa aman dan nyaman sehingga konsumen yakin untuk memilih dan menggunakan jasa tersebut, karena tanpa ada keyakinan maka suatu jasa secanggih apapun tidak akan dilirik oleh pelanggan, dengan kualitas layanan yang baik dan keyakinan yang dimiliki pelanggan diharapkan akan membuat konsumen tetap loyal pada layanan yang diberikan. Hotel Bukit Randu & Resort menampilkan dan memberikan layanan yang dapat meningkatkan keyakinan pelanggan sebagai bentuk kejujuran penyedia jasa kepada pelanggan atau calon pelanggan baru sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa tersebut dengan cara menampilkan *review-review* pelanggan pada aplikasi booking online traveloka. Hal tersebut sangat bermanfaat bagi pelanggan untuk menilai kualitas layanan yang diberikan sehingga dapat menjadi dasar acuan informasi bagi pelanggan. Berikut *review* tamu Hotel Bukit Randu & Resort pada Traveloka.

Gambar 1.1 Review Tamu Hotel Bukit Randu & Resort pada Traveloka



Berdasarkan gambar 1.1 *Review* Tamu Hotel Bukit Randu & Resort pada Traveloka menerangkan bahwa terdapat kritikan terhadap fasilitas yang disediakan oleh Hotel Bukit Randu & Resort, dimana pada salah satu kamar yang disediakan oleh Hotel Bukit Randu & Resort ternyata ac yang ada didalam ruangan tersebut kurang dingin dan kolam renangnya agak kotor, selain itu juga kloset didalam salah satu mengeluarkan aroma yang kurang sedap sehingga cukup mengganggu kenyamanan pelanggan, namun Hotel Bukit Randu & Resort selalu berusaha memberikan dan meningkatkan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Konsumen pada zaman sekarang adalah konsumen kritis yang sangat berhati-hati saat membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor saat memilih produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Dengan demikian, dengan meningkatkan fasilitas yang ada dan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, secara mayoritas akan dapat berpengaruh terhadap loyalitas.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ubaidillah, 2020) dengan judul *Analisa Faktor Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan variabel Kualitas Pelayanan memiliki determinasi paling dominan dibanding tiga yang lain.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh (Putri et al., 2021) dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Secara Parsial Maupun Simultan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga* menunjukkan hasil penelitian yang berbeda bahwa hasil uji parsial kualitas pelayanan dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, karena t hitung lebih kecil dari t tabel, artinya jika kualitas pelayanan

dan lokasi ditingkatkan maka tidak berpengaruh signifikan pada loyalitas konsumen. Sedangkan hasil uji parsial harga dan digital marketing thitung lebih besar dari ttabel, yang artinya jika harga dan digital marketing ditingkatkan maka loyalitas konsumen akan meningkat pula. Hasil uji simultan dari semua variabel independen fhitung lebih besar dari ftabel, yang berarti semua variabel indepent berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen juga akan meningkat pula.

Selanjutnya penelitian berikutnya yang dilakukan oleh (Muhtarom et al., 2022) dengan judul Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) menunjukkan hasil penelitian bahwa lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dikatakan terdapat pengaruh positif secara signifikan. Namun dari variabel persepsi harga dan variabel fasilitas terhadap loyalitas pelanggan dikatakan terdapat pengaruh negatif secara signifikan. Dan uji mediasi menunjukkan Variabel persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi keputusan pembelian dikatakan *non mediation*, variabel lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi keputusan pembelian dikatakan *partial mediation*, Dan variabel fasilitas terhadap loyalitas pelanggan dimediasi keputusan pembelian dikatakan *full mediation*.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah yang ada di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas layanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Bukit Randu & Resort”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hotel Bukit Randu & Resort ?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Penginapan Hotel Bukit Randu & Resort ?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hotel Bukit Randu & Resort ?
4. Apakah kualitas layanan, harga dan fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Hotel Bukit Randu & Resort ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, maka penulis mempunyai tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Bukit Randu & Resort.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan Hotel Bukit Randu & Resort.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Hotel Bukit Randu & Resort.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, fasilitas dan harga terhadap loyalitas pelanggan Hotel Bukit Randu & Resort.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pengelolaan suatu perusahaan khususnya dalam bidang jasa dan menjadi bahan informasi dan referensi yang dapat dijadikan sebagai perbandingan dalam melakukan penelitian di bidang pemasaran di waktu yang akan datang dan menambah wawasan untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan kualitas layanan, harga, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan.
2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan dan sebagai bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi perusahaan Hotel Bukit Randu & Resort dalam meningkatkan kualitas layanan, harga dan fasilitas sehingga perusahaan dapat menentukan strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Penelitian

Terdapat ruang lingkup waktu dan tempat penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini mencakup 3 variabel independent yaitu Kualitas Layanan, Harga dan Fasilitas
2. Penelitian ini mencakup 1 variabel dependent yaitu Loyalitas Pelanggan
3. Berdasarkan jenis datanya, penelitian jenis data ini menggunakan primer
4. Subjek dari penelitian ini adalah Hotel Bukit Randu Hotel & Resort
5. Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen.

Terdapat batasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pelanggan Hotel Bukit Randu & Resort
2. Penelitian ini hanya berfokus pada Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen.