

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat (Zeithaml & Bit, 2003).

Menurut (Sulastiyono, 2011) hotel adalah suatu usaha yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (dalam SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM37/PW.340/MPPT-86), dan menurut AHMA (*The American Hotel and Motel Association*) yang kini bernama AHLA (*American Hotel and Lodging Association*) hotel adalah sebuah pendirian bisnis utama yang menyediakan fasilitas untuk masyarakat umum yang mencakup satu atau lebih dari satu fasilitas berikut, berupa penginapan bersegaram layanan, *laundry* (jasa cuci pakaian) dan *furnitures*. Industri hotel bekerja selama 24 jam tanpa mengenal hari libur untuk melayani para tamu. Untuk melayani para tamu karyawan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang maksimal untuk membuat tamu merasa puas.

Hotel merupakan salah satu industri sektor jasa bidang kepariwisataan, keberadaan hotel semakin penting, karena hotel menyediakan sarana dan akomodasi dan pelayanan bagi para pelanggannya. Jasa – jasa yang ditawarkan dalam bidang perhotelan, diantaranya

fasilitas penyediaan/penyewaan kamar, fasilitas penyediaan ruang konferensi dan sebagainya. Pada dasarnya, jasa pelayanan hotel sudah dinikmati pada saat melakukan registrasi, ketika menginap di kamar, makan dan minum di restoran atau ketika tamu tersebut mengikuti acara seminar, rapat dan kegiatan lainnya.

Kota Bandung merupakan destinasi yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Kota Bandung terkenal dengan objek wisata dan kulinernya yang murah dan unik yang mampu menarik banyak wisatawan domestik maupun internasional untuk berlibur karena kota Bandung adalah kota yang tenang dan nyaman. Bandung juga dikenal sebagai tempat yang tepat untuk berbelanja terutama dalam hal pakaian, makanan, dan cinderamata. Dengan banyaknya tempat di Bandung yang dijadikan sebagai lokasi tujuan wisata, menjadikan para wisatawan dapat dengan bebas memilih tempat wisata sesuai dengan yang mereka inginkan. Melihat adanya peluang yang baik dan dapat dimanfaatkan dalam bidang pariwisata, maka banyak perusahaan yang berminat melakukan usaha di bidang jasa penginapan dan mewujudkannya melalui pendirian bermacam – macam hotel, mulai dari hotel yang mewah sampai dengan penginapan biasa.

Berdasarkan data yang didapat dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung dalam rekapitulasi perkembangan jumlah hotel di kota Bandung dalam angka pada tahun 2016 menyebutkan data dari hotel non bintang sampai dengan hotel berbintang 5 seperti terlihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 1.1

Tabel 1.1 Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung, 2016		
Klasifikasi	Jumlah	Kamar
Hotel Bintang 5	9	1 870
Hotel Bintang 4	32	3 651
Hotel Bintang 3	42	3 507
Hotel Bintang 2	25	1 500
Hotel Bintang 1	10	382
Non Bintang	218	6 041

Sumber/Source : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dari data BPS tentang hotel berbintang di kota Bandung tersebut, dapat terlihat bahwa kota Bandung memiliki penyediaan jasa akomodasi yang memadai untuk mengakomodasi setiap wisatawan yang datang ke kota Bandung baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Data tersebut juga didukung oleh pernyataan dari Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) kota Bandung dalam website resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud).

Melihat peluang ini hotel-hotel baru pun mulai bermunculan, salah satunya adalah d'best Hotel Bandung. d'best Hotel memiliki beberapa cabang di Bandung, d'best Hotel Pasar Baru Bandung terletak di Jalan Otto Iskandardinata no. 468, d'best Hotel Sofia terletak di Jalan Tengku Angkasa no. 27, dan d'best Hotel Express terletak di Jalan Mochammad Toha No.231. d'best Hotel Bandung merupakan hotel berbintang 3 yang memiliki konsep minimalis modern. d'best Hotel Pasar Baru Bandung terbagi dalam 4 tipe kamar yaitu *Standart*, *Superior*, *Deluxe*, dan *Executive*, memiliki beberapa fasilitas yaitu *swimming pool*, *meeting room*, *coffe shop*, dan restoran. Terletak di lokasi yang strategis

yaitu di dekat pusat perbelanjaan dan tempat kuliner. d'best Hotel Pasar Baru Bandung diresmikan pada bulan Maret 2014. d'best Hotel Sofia Bandung mempunyai 45 kamar yang terbagi dalam 3 tipe kamar yaitu *Superior*, *Deluxe*, dan *Executive*, memiliki beberapa fasilitas yaitu *swimming pool*, *2 meeting room*, *coffe shop*, dan restoran. d'best Hotel Express mempunyai 32 kamar yang terbagi dalam 2 tipe kamar yaitu *Superior dan Executive*. d'best Hotel Express tidak mempunyai fasilitas yang sama dengan d'best Hotel Pasar Baru dan d'best Hotel Sofia, fasilitas yang ada di d'best Hotel Express yaitu *Breakfast*.

Banyak hal yang dapat memengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Layanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan layanan yang buruk (Orilio, 2005).

Salah satu tujuan dari aktivitas pemasaran adalah untuk meningkatkan minat beli yaitu sesuatu diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu (Oliver, 2006).

Pada penelitian Saidani dan Arifin (2012), kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempengaruhi minat beli konsumen. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki

pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Dalam upaya meningkatkan minat beli, harga juga berperan dalam mempengaruhi minat konsumen akan suatu produk. Pada penelitian Sundalangi, Mandey dan Jorie (2014), kualitas produk, daya tarik iklan dan potongan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Bagi pelanggan harga merupakan hal yang penting karena mampu membuat pelanggan dari pasar industri memperoleh keuntungan. Pelayanan yang mampu memberikan keuntungan, harga jual yang kompetitif dan skema pembayaran yang lunak akan memungkinkan pengguna memperoleh *margin* keuntungan yang lebih tinggi. Harga merupakan salah satu faktor penentu yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen. Ketika memilih di antara hotel – hotel yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga secara absolut tetapi dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan data yang didapat dari Manajemen d’best Hotel Pasar Baru Bandung, d’best Sofia Hotel Bandung, dan d’best Express Bandung yaitu data pengunjung d’best Hotel Bandung pada tahun 2017 sebagai berikut :



Gambar 1.1

Sumber/Source : Manajemen d’best Hotel Pasar Baru Bandung

Dari data pengunjung d’best Hotel Pasar Baru Bandung tahun 2017 dapat dilihat bahwa d’best Hotel Pasar Baru Bandung mengalami peningkatan dan penurunan setiap bulan, penurunan pengunjung kamar hotel paling besar terjadi pada bulan Mei ke bulan Juni sebesar 332 kamar.



Gambar 1.2

Sumber/Source : Manajemen d’best Sofia Hotel Bandung

Dari data pengunjung d'best Sofia Hotel Bandung tahun 2017 dapat dilihat bahwa d'best Hotel Sofia Bandung juga mengalami peningkatan dan penurunan, penurunan pengunjung kamar hotel paling besar terjadi pada bulan Mei ke bulan Juni sebesar 174 kamar. d'best Hotel Sofia adalah cabang d'best Hotel terbaru dan baru diresmikan pada bulan Februari 2017, sehingga pada bulan Januari belum terdapat data pengunjung yang datang ke d'best Hotel Sofia Bandung.



Gambar 1.3

Sumber/Source : Manajemen d'best Express Hotel Bandung

Dari data pengunjung d'best Express Hotel Bandung tahun 2017 dapat dilihat bahwa d'best Hotel Express Bandung rata – rata mengalami peningkatan setiap bulan, peningkatan pengunjung kamar hotel paling besar terjadi pada bulan Februari ke bulan Maret yaitu sebesar 128 kamar.

Menurunnya pengunjung menjadi sebuah indikasi bahwa persaingan di dunia per – hotelan terutama hotel di Kota Bandung semakin meningkat dan mengakibatkan d'best Hotel Pasar Baru Bandung, d'best Sofia Hotel Bandung, dan d'best Express Bandung mengalami penurunan penjualan.

Salah satu faktor dominan yang menjadi alasan pengunjung datang adalah kualitas pelayanan dan harga, sehingga mempengaruhi keputusan untuk menginap dan merasa puas dan menimbulkan keinginan untuk membeli kembali atau berulang.

Peneliti akan menggambarkan kualitas pelayanan dan harga di Hotel d'best Pasar Baru Bandung, d'best Hotel Sofia Bandung, dan d'best Hotel Express Bandung. Guna meningkatkan kualitas pelayanan yang ada, sehingga perusahaan jasa dapat meningkatkan aspek apa saja yang harus ditingkatkan.

Salah satu indikator kualitas yang baik dalam usaha pelayanan adalah keramahtamahan artinya keramahtamahan penting sekali dalam usaha pelayanan, khususnya di hotel yang melayani orang secara langsung.

Berdasarkan hal ini penulis mendapatkan inspirasi untuk meneliti salah satu hotel berbintang di Bandung mengenai kualitas pelayanan dan harga yang dimiliki d'best Hotel Bandung dengan mengambil judul yaitu : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada d'best Hotel Bandung)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan memperhatikan berbagai gejala yang ada di lapangan, maka penulis mengidentifikasi masalah pada d'best Hotel Bandung adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli konsumen?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen?
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli konsumen pada d'best Hotel Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada d'best Hotel Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada d'best Hotel Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat berguna bagi:

1. Perusahaan, sebagai masukan yang bermanfaat dan memberikan saran/ide yang mungkin dapat berguna sebagai solusi bagi perusahaan agar kegiatan operasional di perusahaan menjadi lebih efektif dan berkualitas.
2. Penulis, menambah wawasan serta pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli ulang.
3. Pihak-pihak lain, memberikan data dan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.