

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di era globalisasi saat ini perkembangan dan persaingan dunia bisnis perhotelan di Tangerang adalah salah satu fenomena yang menarik untuk kita ketahui, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang para pengusaha untuk turut berkompetisi menjangkau konsumen. Dampak dari itu menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti perhotelan berkembang dengan pesat dan cepat khususnya di daerah Tangerang, yang bisa dikatakan semakin banyaknya pembangunan hotel-hotel berbintang baik dari bintang 1 sampai bintang 5.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus mengamati perubahan dan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan masukan dalam memperbaiki strategi pemasarannya. Tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat diterima dengan baik dan laku terjual.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk, promosi, pelayanan dan fasilitas yang berada di hotel tersebut. Beberapa contoh produk yang dijual seperti desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang nyaman tercipta didalam kamar hotel, serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan

fasilitasnya. Sedangkan pelayanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan para staff hotel dalam melayani konsumen.

Dahulu hotel hanya digunakan sebagai tempat penginapan bagi para konsumen. Menurut Sulastiyono (2011:5) mengemukakan bahwa hotel adalah suatu perusahaan 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.

Dan seiring perkembangan zaman yang mengalami peningkatan sekarang ini, hotel bisa digunakan untuk acara, pernikahan, ulangtahun, rapat perusahaan, seminar, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang juga hotel digunakan untuk sarana berakhir pekan untuk para keluarga yang ingin menikmati liburan dan menginap dihotel tersebut.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagian pihak hotel untuk menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan pihak hotel. Bahwa hal tersebut membuktikan kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dalam dunia perhotelan, kualitas pelayanan berpusat pada kebutuhan, keinginan dan ketepatan

penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen berada di hotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning service* dan lain-lain.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga berperan penting dalam menjangkau konsumen, fasilitas merupakan sarana yang mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktifitas. Fasilitas juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat yang sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan akan terus memilih hotel tersebut sebagai prioritasnya.

Selain itu, faktor promosi hotel sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Dimana promosi hotel bertujuan untuk memperkenalkan keunggulan-keunggulan hotel dan tingkat hunian kamar yang pada akhirnya berpengaruh pada citra hotel tersebut. Kegiatan promosi pada hotel juga dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan konsumen sehingga bisa memenangkan persaingan dan mengoptimalkan laba pada citra hotel.

Hotel Olive adalah salah satu hotel berbintang 3 yang berlokasi di Jl. Imam Bonjol no.777 Tangerang. Hotel ini tidak hanya menyediakan tempat penginapan bagi tamu, tetapi juga menyediakan fasilitas tempat seperti, meeting room, swimming pool, tempat parkir yang luas, ballroom,

kamar, restaurant. Fasilitas yang dilakukan ini bukan dimaksudkan untuk mengurangi kenyamanan tamu hotel, hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan sepenuhnya untuk tamu yang menginap.

Peningkatan jumlah tamu/pengunjung hotel berdampak pada hotel olive karawaci, terlihat bahwa dalam 9 bulan terakhir dari bulan januari – september 2016 hotel olive mengalami naik turunnya peningkatan tamu yang menginap. Dan dibawah ini adalah data yang menjelaskan peningkatan jumlah tamu yang menginap pada Hotel Olive Tangerang dalam 9 bulan terakhir dari bulan januari – september 2016.

**Tabel 1.1 Jumlah Tamu Bulan Januari - September Tahun 2016**

Hari	Bulan								
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	63	43	39	69	34	67	32	150	55
2	64	42	79	66	37	66	42	150	81
3	31	43	46	25	79	65	33	150	90
4	24	34	46	100	67	86	33	150	42
5	27	55	65	100	74	33	42	150	59
6	18	79	51	108	61	27	49	150	88
7	49	66	47	80	89	43	54	150	72
8	61	39	50	55	48	51	53	150	64
9	71	45	29	73	41	45	47	150	64
10	43	79	49	34	66	75	32	150	65
11	77	7	39	97	60	53	28	150	34
12	85	97	56	104	73	47	37	48	34
13	99	92	25	105	82	44	32	83	45
14	96	30	41	51	88	48	33	66	61
15	95	38	67	43	48	55	45	76	48
16	84	50	72	67	39	57	63	69	31
17	58	46	85	35	51	51	27	48	77
18	54	47	75	102	46	53	36	65	39
19	56	42	93	109	65	19	36	56	28
20	62	62	35	107	70	42	61	75	34
21	49	26	29	82	66	45	75	45	177

Hari	Bulan								
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
22	70	42	31	77	36	49	56	47	177
23	67	86	32	63	66	57	85	38	40
24	33	63	63	38	84	64	41	60	58
25	44	56	46	57	96	68	40	52	26
26	49	69	55	41	79	33	61	61	27
27	55	74	41	46	93	37	69	91	35
28	54	91	97	56	105	39	60	73	31
29	62	44	106	48	78	34	67	46	50
30	91		105	58	66	43	86	51	63
31	34		58		56		81	49	
<b>Total</b>	1845	1659	1752	2096	2043	1496	1506	2849	1815

Sumber : Hotel Olive Karawaci 2016

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, terlihat bahwa terjadi fluktuasi peningkatan jumlah tamu/hunian kamar yang menginap di Hotel Olive Karawaci. Selama bulan januari-september 2016 peningkatan jumlah tamu/hunian kamar yang menginap cenderung mengalami kenaikan dan penurunan. Belum maksimalnya peningkatan jumlah tamu/hunian kamar pada Hotel Olive Karawaci menunjukkan bahwa pelayanan jasa yang dilakukan pihak hotel Olive merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dan lebih ditingkatkan lagi untuk mencapai suatu tingkat kepuasan konsumen. Faktor promosi disini juga mempengaruhi naik turunnya *occupancy* peningkatan jumlah tamu/hunian kamar yang menyebabkan kurangnya tingkat promosi yang dilakukan pada Hotel Olive Karawaci.

Hotel Olive dalam melakukan promosi lebih fokus memasarkan ke instansi atau perusahaan untuk bekerjasama yang sekiranya membutuhkan jasa penginapan. Dimedia cetak dan media elektronik memang dilakukan

promosi, tetapi promosi yang dilakukan berbeda dengan apa yang dilakukan kepada pihak instansi atau perusahaan. Apabila promosi yang dilakukan sama gencarnya, *occupancy rate* peningkatan jumlah tamu/hunian kamar akan meningkat.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadi permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL OLIVE KARAWACI”**.

## **1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang Penelitian, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas :

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang diidentifikasi di antaranya :

1. Tingginya tingkat persaingan dan pertumbuhan hotel yang berada di kota tangerang menyebabkan peningkatan jumlah tamu/hunian hotel menjadi tidak stabil atau mengalami kenaikan dan penurunan tiap bulannya, data tersebut bisa dilihat dari data peningkatan jumlah tamu pada bulan januari-september 2016.

2. Kurangnya promosi yang diadakan hotel olive dalam memasarkan produk-produknya menyebabkan tingkat *occupancy*/laba hotel menurun.
3. Pelayanan yang diberikan kepada tamu kurang memuaskan sehingga menyebabkan kepuasan konsumen menurun.

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dilakukan di Hotel Olive Karawaci. Sedangkan yang menjadi fokus penelitian adalah sejauh mana pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan fasilitas sebagai variabel bebas terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

Dimana di Hotel Olive Karawaci banyak variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen, tetapi tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini. Dikarenakan adanya keterbatasan penulis dalam pengetahuan, kemampuan, waktu, pengalaman dan lainnya.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Adapun permasalahan di dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh positif antara promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Olive Karawaci ?
2. Apakah terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Olive Karawaci ?

3. Apakah terdapat pengaruh positif antara fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Olive Karawaci ?
4. Apakah terdapat pengaruh positif antara promosi, kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Olive Karawaci ?
5. Faktor manakah yang paling dominan antara Promosi, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Hotel Olive Karawaci ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif promosi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Olive Karawaci.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Olive Karawaci.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Olive Karawaci.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif promosi, kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Olive Karawaci.
5. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan antara Promosi, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Hotel Olive Karawaci.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Hotel Olive Karawaci**

Diharapkan pembahasan yang dilakukan dapat memberikan saran-saran yang bermanfaat pada Hotel Olive Karawaci dalam mengembangkan bisnis perhotelan selanjutnya, terutama mengenai penerapan promosi, kualitas pelayanan, fasilitas dalam memberikan kepuasan konsumen sehingga jumlah tamu meningkat.

### **2. Bagi Peneliti**

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan dibidang perhotelan akan masalah-masalah yang terjadi pada Hotel Olive Karawaci khususnya mengenai pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

### **3. Bagi Pihak Lain**

Diharapkan dapat bermanfaat serta menambah bahan-bahan referensi bagi mahasiswa dimasa yang akan datang apabila membutuhkan informasi mengenai permasalahan dibidang pemasaran khususnya yang berhubungan dengan promosi, kualitas pelayanan dan fasilitas.