

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian khususnya sektor jasa di Indonesia berlangsung sangat pesat. Salah satu sektor jasa yang menjadi andalan Indonesia adalah industri pariwisata, yang merupakan salah satu industri yang mampu menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Pengembangan sektor kepariwisataan di suatu negara terbukti mampu memberikan distribusi yang signifikan terhadap sektor perekonomian negara.

Terdapat berbagai aspek, dan media dalam mengembangkan suatu sektor pariwisata. Salah satunya sektor perdagangan yang terkait dengan hotel maupun restoran. Perkembangan bisnis perhotelan dan restoran merupakan sektor usaha yang masuk ke dalam kategori sektor jasa. Dimana sektor jasa ini merupakan sektor usaha yang semakin berkembang akibat adanya globalisasi dan juga persaingan yang semakin tajam. Dengan adanya persaingan yang semakin tajam dalam sektor jasa menyebabkan prioritas perusahaan harus berfokus pada kepuasan pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan pada akhirnya akan membentuk loyalitas tinggi di dalam diri pelanggan.

Hotel merupakan salah satu industri sektor jasa bidang kepariwisataan, keberadaan hotel semakin penting untuk masyarakat, karena hotel

menyediakan sarana dan pelayanan bagi para pelanggannya. Jasa- jasa yang dapat 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.

Melihat adanya peluang yang baik dan dapat dimanfaatkan dalam bidang pariwisata, maka banyak perusahaan yang berminat melakukan usaha dibidang jasa penginapan dan mewujudkannya melalui pendirian bermacam-macam hotel, mulai dari hotel yang mewah sampai dengan penginapan biasa. Pada akhirnya terjadilah persaingan antar hotel yang semakin ketat untuk mendapatkan pengunjung atau pelanggannya. Hotel merupakan salah satu bentuk jasa karena pelayanan hotel tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Meningkatnya persaingan antar hotel menyebabkan masing-masing hotel berusaha memberikan kualitas dan jasa yang terbaik kepada pelanggannya.

Perusahaan jasa perhotelan dapat dikatakan berhasil apabila jasa yang disampaikan telah memenuhi atau melebihi dari yang diharapkan oleh pelanggannya. Oleh karena itu perusahaan jasa perhotelan harus berusaha menanggapi keinginan dari para pelanggannya dan dapat meningkatkan kualitas jasanya, sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas pelanggan, dengan cara membandingkan jasa yang mereka terima dengan jasa yang mereka

harapkan.

Perusahaan harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali. Perusahaan dalam bidang jasa seperti perhotelanpun tidak luput dari persaingan. Hal ini dikarenakan perkembangan perusahaan perhotelan dan penginapan menjadi tren yang diminati oleh para pengusaha dan investor. Seperti perusahaan perhotelan di Kabupaten Ponorogo juga mengalami pertumbuhan yang signifikan, dari data BPS pertumbuhan hunian hotel di Ponorogo meningkat dari tahun 2010 berjumlah 17, meningkat tahun 2011 menjadi 34, 2012 sebanyak 39, 2013 sebanyak 43, dan tahun 2014 meningkat menjadi 47 hotel (BPS Ponorogo, 2015: 47). Banyaknya bermunculan hotel-hotel yang baru yang berdampak pada persaingan bisnis khususnya dalam memasarkan jasa perhotelannya.

Dalam setiap persaingan, pebisnis banyak melakukan cara atau strategi yang lebih baik agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan secara maksimal, dan melayani dengan sebaik-baiknya, karena tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan kepada konsumen. Salah satu yang menjadi perhatian banyak pengusaha dalam bidang jasa adalah cara meningkatkan loyalitas konsumen. Usaha meningkatkan loyalitas menjadi perhatian penting pengusaha dikarenakan dengan loyalitas konsumen dapat menjamin kelangsungan bisnis mereka. Sebagaimana pendapat Kartajaya, (2010:56) bahwa dengan

dipertahankannya konsumen yang loyal dapat mengurangi usaha mencari konsumen baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan konsumen yang lama daripadamencari konsumen baru.

Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku(Oliver dalam Hurriyati, 2010: 259). Dengan demikian dengan loyalitas pelanggan akan memberikan keuntungan bagi suatu perusahaan seperti perhotelan melalui efek pengurangan biaya untuk mencari pelanggan baru.

Selain itu dengan mempertahankan loyalitas konsumen, maka konsumen akan kembali lagi menggunakan jasa tersebut tanpa memperdulikan pengaruh dari luar. Di samping itu konsumen tersebut dapat memberitahukan atau mempromosikan kepada kerabat atau teman untuk menggunakan pula jasa tersebut. Maka dari itu, sudah dapat dianalisa secara langsung masa depan suatu perusahaan jika memiliki konsumen yang loyal, yakni akan meningkat dalam berbagai hal terutama dalam hal keuangan.

Perusahaan perhotelan yang ada di Ponorogo terdapat 47 hotel, dan yang terlihat memiliki banyak konsumen adalah Hotel Maesa yang terletak di Jln. KH.Ahmad Dahlan 82A Ponorogo. Observasi yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa konsumen yang datang dan menginap di Hotel Maesa meningkat dan terkadang stabil. Selama bulan Nopember 2016 terdapat 439

daftar tamu yang menginap di Hotel Maesa Ponorogo (data tamu menginap Hotel Maesa Nopember 2016). Peningkatan konsumen terjadi ketika hari-hari besar serta saat perayaan Grebeg Suro di Ponorogo. Hari biasa data pengunjung di Hotel Maesa berkisar 15 pengunjung, sedangkan saat Grebeg suro meningkat drastis yakni keseluruhan 32 kamar di hotel Maesa penuh. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen di Hotel Maesa cukup tinggi.

Hotel Maesa memiliki langkah strategi dalam mempertahankan dan menciptakan konsumen yang loyal dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen yang merupakan bagian dari perilaku konsumen, timbulnya loyalitas dipengaruhi oleh faktor intern atau dalam diri konsumen dan faktor ekstern atau luar diri konsumen.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan dari perusahaan. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya, 2011: 52). Oleh sebab itu kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas, dikarenakan dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan karena berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Seperti hasil penelitian dari Yunus dan Budiyanoto (2014) yakni

terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas adalah harga. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya (Kotler dan Keller, 2012:156). Sedangkan Harga jual yang pada hakekatnya merupakan tawaran kepada parakonsumen. Apabila konsumen menerima harga tersebut pada saat akan melakukan pembelian, maka produk tersebut akan laku, sebaliknya bila konsumen menolaknya pada saat akan melakukan pembelian, maka diperlukan peninjauan kembali harga jualnya. Ada kemungkinan bahwa konsumen memiliki ketidaksesuaian setelah melakukan pembelian karena mungkin harganya dianggap terlalu mahal atau karena tidak sesuai dengan keinginan dan gambaran sebelumnya. Maka dari itu, dengan penentuan harga yang tepat dapat berpengaruh pada loyalitas konsumen. Hal ini juga pernah diteliti oleh Indah Dwi Kumiasih (2012:1) bahwa hasil penelitiannya menunjukkan pengaruh langsung harga terhadap loyalitas.

Selanjutnya dalam bidang perhotelan yang tak kalah pentingnya dalam mempertahankan loyalitas konsumen adalah fasilitas yang disediakan. Fasilitas yang merupakan sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas (Yunus dan Budiyanto, 2014:3). Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas

menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia 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. Seperti hasil penelitian dari Yunus dan Budiyo (2014:1) yakni terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel fasilitas terhadap variabel keputusan menginap.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut untuk membuktikan faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Peneliti menentukan judul penelitiannya yakni “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen (*Studi Pada Hotel Maesa di Ponorogo*)”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan judul penelitian di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah, yakni:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Maesa di Ponorogo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Maesa di Ponorogo?

3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Maesa di Ponorogo?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Maesa di Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Maesa di Ponorogo.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Maesa di Ponorogo.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Maesa di Ponorogo.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Maesa di Ponorogo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap dengan dilakukannya penelitian ini dapat berguna dan menambah pengetahuan tentang pengelolaan suatu perusahaan, khususnya dalam bidang jasa, serta dapat memberikan suatu gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Maesa di Ponorogo.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu masukan yang bermanfaat bagi Perusahaan Hotel Maesa di Ponorogo dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas, serta menentukan harga secara tepat dikarenakan kualitas pelayanan, harga dan fasilitas merupakan faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.