

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dewasa ini bisnis perhotelan semakin tumbuh dan berkembang di Indonesia. Di banyak daerah jumlah tujuan (destinasi) pariwisata dan hotel semakin bertambah. Hotel dan bisnis pelayanan jasa atau sejenisnya semakin tumbuh subur. Pada prinsipnya Hotel adalah salah satu bentuk perdagangan jasa. Sebagai industri jasa setiap pengusaha hotel akan berusaha memberikan pelayanan yang maksimal bagi para tamunya. Berkaitan dengan pemanfaatan waktu luang untuk liburan maka bisnis ini menunjang industri pariwisata yang menyediakan berbagai fasilitas pertemuan penjamuan dan sebagainya. Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai pelanggan.

Keberhasilan strategi pemasaran suatu perusahaan dapat dicapai ketika kepuasan pelanggan telah terpenuhi. Adanya kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi keuntungan yang dihasilkan pihak hotel. Pentingnya kepuasan bagi pelanggan akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan, jika pelanggan sudah mendapatkan kepuasan dari pihak hotel maka kelangsungan berdirinya hotel tersebut akan berkepanjangan dan dapat bersaing dengan hotel lain. Akan tetapi jika pelanggan tidak merasa puas maka akan berdampak negatif juga terhadap pihak hotel tersebut karena pelanggan akan merasa kecewa dan akan menyarankan kepada rekan-rekannya untuk tidak memilih hotel tersebut sebagai tempat beristirahatnya.

Banyak hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satunya adalah bagaimana cara pihak hotel dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan memenuhi kebutuhan pelanggan maka pelanggan akan merasa bahwa pihak hotel memiliki nilai lebih dibandingkan dengan hotel-hotel yang lainnya. Pelanggan yang puas akan memberikan dampak positif bagi pihak hotel dan saling menguntungkan satu sama lain, pelanggan yang merasa puas dan pihak hotel mendapat penilaian yang baik dari pelanggan tersebut. karena pelanggan merasa puas jika pihak hotel dapat memberikan hal-hal apa saja

yang dibutuhkan oleh pelanggan tersebut.

Favehotel adalah salah satu hotel bintang tiga yang beralokasi di JL. Mayjend Siswondo Parman No 313A Medan, yang di resmikan pada Mei 2017. Favehotel menyediakan berbagai fasilitas seperti 130 kamar tamu, restoran dan bar, layanan spa, dan wifi. Pada dasarnya tujuan suatu bisnis tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memenuhi kepuasan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan.. Untuk mempertahankan atau menarik perhatian dari pelanggan tentunya memiliki strategi yaitu mulai dari kualitas pelayanan, fasilitas, promosi dan lokasi.

Bagi perusahaan yang bergerak di bagian jasa, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting karena interaksi terjadi secara langsung antara penyedia jasa dan pelanggannya. Kualitas pelayanan adalah suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya memenuhi harapan pelanggan[1]. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasional yang dilakukan perusahaan dan keberhasilan proses operasi perusahaan ditentukan oleh banyak faktor antara lain karyawan, teknologi, sistem, dan keterlibatan pelanggan, serta seberapa besar masing-masing faktor tersebut dalam memberikan kontribusi terhadap kualitas pelayanan yang diciptakan. Untuk mempertahankan agar tetap *survive* di tengah persaingan yang ketat, maka mereka berlomba-lomba menawarkan nilai lebih yang dapat menarik minat pelanggan. Dari aneka makanan, hiburan, serta fasilitas lain yang menjadi ciri khas di mata pelanggan. Selain itu juga penambahan berbagai perlengkapan ornamen dan fasilitas untuk menunjang kenyamanan agar para tamu betah singgah di hotel tersebut. Pelanggan hotel dalam memilih tempat penginapan memiliki berbagai macam kriteria, dengan adanya perbedaan kriteria pemilihan hotel maka pihak manajemen dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanan dan melakukan inovasi secara terus

menerus. Untuk itu hotel perlu dalam melakukan riset untuk mengevaluasi apa yang diinginkan pelanggannya ditinjau dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya.

Favehotel menciptakan pelayanan yang berkualitas dimana pihak dari hotel menyadari betapa pentingnya mengetahui kualitas pelayanan di dalam penciptaan kepuasan pelanggan mulai dari pelayanan. karyawan Favehotel memperlakukan pelanggan layaknya seorang raja, bertanya dengan sopan santun dan sangat ramah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pelanggan Favehotel masih ada beberapa karyawan yang tidak ramah terhadap pelanggan dan kurang peduli dengan keluhan pelanggan. karyawan Favehotel juga melayani tamu dengan cepat tanpa harus pelanggan menunggu lama respon dari pihak karyawan hotel. Karyawan Favehotel memiliki busana yg sama antara karyawan satu dengan lainnya yaitu berwarna hitam dan pink sehingga enak di pandang mata, karyawan hotel juga bersih dan rapi . kompetensi karyawan, ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi kepada pelanggan Favehotel, dan ketanggapan karyawan menghadapi keluhan tamu hotel tersebut. Selain pelayanan karyawan kebersihan hotel juga menentukan kenyamanan pelanggan hotel dengan itu Favehotel sangat memperhatikan kebersihan lingkungan hotel, kamar hotel, kamar mandi dalam, kamar mandi luar, restoran dan *lobby*. Dengan adanya pelayanan yang baik pada hotel tersebut akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggan. Dengan adanya pelayanan yang baik yang diberikan pihak Favehotel maka pelanggan merasa nyaman dan merasa puas dan pelanggan akan memilih hotel tersebut untuk tempatnya menginap di lain waktu. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan[2]. Peneliti lainnya menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan[3]

Di samping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga memiliki peran yang penting untuk menarik perhatian pelanggan. Fasilitas pada hakekatnya merupakan salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan kepuasan

pelanggan peningkatan fasilitas akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, setiap pelanggan membutuhkan fasilitas yang baik yang dapat mempermudah aktivitas- aktivitas pelanggan. Fasilitas menjadi salah satu pedoman yang menciptakan kepuasan bagi pelanggan[4]. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka pelanggan semakin puas dan ia akan terus memilih hotel tersebut sebagai pilihan prioritas. Berdasarkan persepsi yang pelanggan peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Fasilitas yang disediakan oleh Favehotel ada berupa ruangan retreat bisnis, acara ulang tahun dan pertemuan lainnya dan Favehotel juga menyediakan 130 kamar yang terdiri dari empat tipe yaitu, *superior room*, *deluxe room*, *junior suite room* dan *suite room*. *Superior room* dengan 19 meter persegi total 80 kamar standar, terletak di lantai 3 – 11, tersedia baik di kamar queen dan twin bed 56 kamar *standard twin bedded* dan 24 *standard double bedded*. Jenis kamar ini tidak cocok untuk tempat tidur tambahan. Kamar mandi dengan *shower*, tersedia ruangan merokok dan tidak merokok, semua kamar standard memiliki pemandangan kota Medan, tersedia TV LED 32 inci berbagai Saluran TV Lokal dan Internasional, wifi gratis di kamar penyejuk udara yang dikontrol secara individual, meja & Kursi Penulisan, kotak keamanan dalam kamar, telepon SLI, sandal, Jenis kamar ini cocok untuk tamu bisnis maupun rekreasi. *Deluxe room* dengan 25 meter persegi total 48 kamar *Superior*, terletak di lantai 3 – 11, tersedia baik di kamar *Queen* dan *Twin Bed* 24 kamar Superior Tempat Tidur *Twin* dan 24 Tempat Tidur Superior ganda. Jenis kamar ini cocok untuk tempat tidur tambahan. Kamar mandi dengan *shower* tersedia ruangan merokok dan tidak merokok, semua kamar Superior memiliki pemandangan kota Medan. Tersedia TV LED 32 inci berbagai Saluran TV Lokal dan Internasional, wifi gratis di kamar penyejuk udara yang dikontrol secara individual, meja & Kursi Penulisan Kotak Keamanan Dalam Kamar, telepon SLI, sandal. Jenis kamar ini cocok untuk tamu bisnis maupun rekreasi. *Junior suite room* dengan 42 meter persegi hanya tersedia 1 Kamar Junior Suite yang Terletak di lantai Top-12 Kamar

ini memiliki pemandangan kota Medan yang indah ruang keluarga, Jenis kamar ini cocok untuk tambahan hingga 2 (dua) tempat tidur tambahan. Kamar mandi *ensuite* dengan *shower*, Kamar bebas rokok, tersedia TV LED 43 inci Berbagai Saluran TV Lokal dan Internasional Wi-Fi gratis di kamar, Penyejuk udara yang dikontrol secara individual, Meja & Kursi Penulisan Kotak Keamanan Dalam Kamar, Telepon SLI Sandal”di ruang tamu dan kamar tidur, Fasilitas pembuat kopi dan teh Kulkas, Minibar Layanan *Turndown* Jenis kamar ini cocok untuk bisnis, liburan, tamu keluarga atau berbulan madu. *Suiteroom* dengan 48 meter persegi hanya tersedia 1 Kamar *Suite* terletak di lantai Top – 12 Kamar ini memiliki pemandangan kota Medan yang indah, hanya tersedia di tempat tidur ganda, jenis kamar ini cocok untuk tambahan hingga 2 (dua) tempat tidur tambahan. Kamar mandi en-suite dengan *shower*, tidak ada ruang merokok, tersedia TV LED 43 inci berbagai Saluran TV Lokal dan Internasional, wi-Fi gratis di kamar, penyejuk udara yang dikontrol secara individual, meja & kursi menulis, kotak keamanan dalam kamar, telepon SLI, Sandal, fasilitas pembuat kopi dan teh, kulkas minibar, layanan *turndown*. Jenis kamar ini cocok untuk bisnis, liburan, pelancong keluarga atau berbulan madu.

Selain kamar favehotel juga menyediakan Restoran dan makanan restoran yang menyenangkan, segar dan sehat yang terletak di lantai *Mezzanine*, menyajikan masakan Indonesia seperti soto ayam, sop buntut, nasi goreng dan kuah dan masakan internasional seperti stir fried beef, grilled chicken, japanese hamburg, dengan menggunakan bahan-bahan segar. Favehotel juga menyediakan ruangan *massage/spa*. Selain itu tersedia *Lounge* buka setiap hari mulai pukul 07:00 WIB sampai dengan jam 23:00 WIB. *Lounge* ini adalah tempat yang modis dan modern serta terletak samping area *lobby* dan memiliki kapasitas tempat duduk untuk 85 orang. *lounge* kopi ini menyajikan ragam pilihan kopi yang berkualitas, minuman panas dan dingin, sajian *ice blends*, *smoothies* buah, es teh, *koktail*, *house pour* dan *cold beers*, serta disajikan dengan masakan masakan indonesia lainnya. Akan tetapi *lounge* mengurangi kenyamanan bagi tamu hotel dimana

lounge banyak dikunjungi orang yang tidak menginap di hotel tersebut sementara kapasitas yang disediakan sebagai tempat duduk hanya 85 orang. Dengan berbagai fasilitas di atas pelanggan dapat memilih fasilitas mana yang akan pelanggan gunakan di hotel tersebut dan dengan fasilitas yang disediakan Favehotel pelanggan akan merasa mudah untuk melakukan sesuatu. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa pelanggan tidak sedikit pelanggan yang mengeluh karena area parkir yang sempit jadi karena hal tersebut ada beberapa pelanggan yang tidak merasa puas atas fasilitas yang disediakan di Favehotel. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [5]. Peneliti lainnya menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau pelanggan [6].

Selain kualitas pelayanan dan fasilitas, promosi juga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah promosi yang menarik pelanggan. Promosi merupakan salah satu aspek penting kegiatan pemasaran, sebab promosi dapat mempengaruhi perilaku pelanggan terhadap produk perusahaan. Promosi adalah komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli dari suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon [7]. Promosi dapat dilakukan dengan melalui media cetak maupun elektronik. Promosi dibuat untuk menarik perhatian pelanggan supaya pelanggan tertarik dengan produk/jasa yang ditawarkan dengan promosi juga pelanggan mendapat keuntungan lebih dari perusahaan tersebut. Favehotel memberikan penawaran kepada pelanggan yaitu mendapatkan diskon sampai dengan 60% jika memesan hotel di hari-hari besar ataupun hari libur melalui *website* Favehotel. Pihak Favehotel juga memberikan diskon sebesar 10% jika pelanggan memesan kamar lewat aplikasi Archipelago Membership App. Dalam kegiatan promosi favehotel bekerja sama dengan PMI kota medan menggelar kegiatan donor darah yang dilakukandi *lobby* hotel. Dengan adanya promosi tersebut pelanggan berlomba-lomba untuk menggunakan Favehotel sebagai tempatnya untuk

beristirahat karena dengan promosi dapat memberikan kebahagiaan dan kepuasan terhadap pelanggan. Berdasarkan penelitian sebelumnya promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan[8]. Peneliti lainnya menyatakan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan[9].

Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada pelanggan maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada pelanggan[10].

Favehotel beralokasi di JL. Mayjend Siswondo Parman No 313A Medan ,terletak strategis di pusat kota medan yang dikelilingi tempat menarik dan mudah dilalui oleh angkutan umum. Banyak tamu yang memuji lokasi hotel favehotel dimana dekat dengan perbelanjaan seperti sun plaza dan medan mall jadi pelanggan dapat menyempatkan diri dan singgah. banyak lagi tempat menarik lainnya yang terdapat disekitaran Favehotel seperti Vihara Gunung Timur - 320 m, Museum Rahmat - 570 m Kuil Shri Mariamman - 630 m, dan Favehotel juga dekat dengan lokasi kampus jadi apabila ada acara dan kegiatan di kampus tidak sulit untuk mencari penginapan. Berdasarkan lokasi yang strategis pelanggan akan memberikan kepuasan dan akan menjadikan Favehotel menjadi pilihannya untuk menginap di lain waktu. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa pelanggan banyak pelanggan yang merasa kesulitan karena dari jauh dari minimarket kecil seperti alfa dan indo mart. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [11]. Peneliti lainnya menyatakan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan [12].

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul Analisis kualitas pelayanan, fasilitas promosi dan lokasi

terhadap kepuasan pelanggan pada Favehotel Medan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
5. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

3. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat: Kepuasan Pelanggan
2. Variabel Bebas: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Promosi & lokasi
3. Objek Penelitian: Favehotel Medan
4. Periode Pengamatan: September 2019 – Februari 2020

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Favehotel.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Favehotel.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Favehotel.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Favehotel.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Favehotel.

5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diperoleh adalah :

1. Teoritis

Untuk bahan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai kualitas pelayanan, fasilitas, promosi, lokasi dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan bagi pimpinan Favehotel di Medan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas, promosi dan lokasi kepada pelanggan.

6. Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang berjudul: Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Yuta Dikota Manado [2]. Adapun perbedaan ini dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel penelitian terlebih dahulu menggunakan Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas sebagai variabel bebas, sedangkan pada penelitian ini menambahkan variabel Promosi dan lokasi. Adapun alasan peneliti menambahkan variabel diatas karena promosi merupakan komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli dari suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon [7]. Promosi memang sangat penting karena mempengaruhi dari hasil penjualan suatu produk atau jasa dan sangat mempunyai pengaruh besar terhadap berlangsungnya aktivitas suatu perusahaan . Dan promosi juga dapat membantu pelanggan untuk mengetahui informasi-informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan dan disediakan oleh perusahaan, seperti pemberian diskon dengan harga yang relatif lebih murah dari harga sebelumnya pelanggan sudah dapat mendapatkan atau menikmati

produk atau jasa yang ditawarkan. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada pelanggan maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud lokasi adalah suatu keputusan perusahaan untuk menentukan tempat usaha, menjalankan kegiatan usaha atau kegiatan operasional, dan mendistribusikan barang atau jasa yang menjadi kegiatan bisnisnya kepada pelanggan[10]. Lokasi yang strategis dapat membantu perusahaan untuk menarik perhatian pelanggan baik perusahaan yang menyediakan produk ataupun jasa karena akan mempermudah aktifitas dari pada pelanggan.

2. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada hotel Yuta di Kota Manado, Sedangkan penelitian ini melakukan pada Favehotel Medan
3. Periode pengamatan penelitian terdahulu pada tahun 2016, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2019.

UNIVERSITAS MIKROSKIL