

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, banyak perubahan yang terjadi secara signifikan pada berbagai aspek kehidupan pada manusia. Perubahan tersebut bertujuan guna memenuhi kebutuhan manusia yang semakin hari semakin meningkat pada aspek kehidupannya. Dalam hal ini, kemajuan suatu Negara pasti telah diikuti oleh kontribusi pada sektor usaha jasa pada perekonomian nasional yang semakin mendominasi. Banyaknya usaha yang ada semakin membuat banyak perusahaan yang tertarik bersaing pada bidang ini. Salah satu bisnis yang berkembang dikala ini adalah bisnis jasa. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai target yang optimal tentu harus didasarkan dalam seberapa besar perusahaan tersebut terus berubah dan bertahan dalam suatu kompetisi. Dalam persaingan yang terus berkelanjutan ini, perusahaan dapat memiliki keunggulan yang dapat menghasilkan barang atau jasa yang dapat memenuhi keinginan dan memuaskan para pelanggannya. Salah satunya dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya.

Indonesia memiliki banyak objek wisata yang mampu menarik para wisatawan untuk berkunjung dan berwisata. Hotel menjadi salah satu sarana pokok yang memegang peranan yang penting bagi industri pariwisata karena hotel menyediakan sarana akomodasi, dan pelayanan bagi para wisatawan disuatu daerah. Dengan persaingan bisnis yang terus meningkat, perusahaan menggali

keuntungan besar dengan cara menciptakan strategi bisnis yang baru untuk tetap bersaing dengan para kompetitornya. Industri perhotelan ialah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan, desain bangunan, interior, eksterior, dan kualitas layanan menjadi contoh produk yang dijual oleh hotel tersebut. Definisi jasa ialah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidak wujudan yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau property dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Jasa juga merupakan setiap tindakan maupun kinerja yang ditawarkan satu pihak ke pihak yang lainnya, yang tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu, namun produksinya dapat dikaitkan pada suatu fisik (Kotler, 2007). Perusahaan jasa yang bergerak di bidang hotel yang memiliki konsep pemasaran yang berorientasi untuk membentuk kemitraan dengan para pelanggan melalui pengembangan komunikasi yang interaktif dan insentif dengan para pelanggan dapat dengan mudah membentuk dan memperkuat loyalitas para pelanggannya yang sudah memiliki mitra pelanggan dan akan mendapatkan citra yang baik dimata para pelanggan.

Hotel Poroliman Kudus adalah salah satu hotel yang ada dikota Kudus. Hotel Poroliman memiliki rangking hotel bintang dua yang ada di kota Kudus, hotel ini terletak pada Jalan Bhakti yang berada di titik pusat kota yang ada di kota Kudus.

Loyalitas pelanggan merupakan sesuatu yang penting yang diharapkan oleh para pelaku bisnis perhotelan, karena dengan adanya loyalitas pelanggan para pelanggan akan melakukan order kembali dalam hal ini adalah menginap kembali

pada hotel tersebut. Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan yang menjaga keberlangsungan usahanya. Pelanggan yang setia ditunjukkan dengan kesediaan pelanggan yang kemudian melakukan secara berulang, merekomendasikan kepada pihak lain, dan komitmen yang tinggi pada perusahaan sehingga bisa menjadi kunci kemenangan perusahaan dalam mengambil alih perhatian konsumen dari para pesaing lainnya (Purnomo dan Levina dalam Leri Hardian Saputra, Endang Sutrisna 2017).

Dahulu fungsi hotel hanyalah sebagai tempat bermalam bagi para konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki realisasi di tempat tujuan, seiring waktu berjalan, fungsi hotel mengalami peningkatan. Saat ini seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan serta *launching* produk baru perusahaan dan tak jarang hotel dijadikan sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah keatas.

Pelaku bisnis perhotelan harus gencar menciptakan pengalaman yang positif mengenai merek dan konsumen, maka sebuah merek perlu mengembangkan pemahaman yang menyeluruh tentang konsumennya. Pemahaman ini akan mempermudah merek dalam mendekati diri dengan konsumennya dan menjadi terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari (Ferrinadewi, 2008). Citra merek dapat dianggap sebagai asosiasi yang sering muncul pada benak para konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran maupun citra tertentu yang dikaitkan pada suatu merek tersebut (Shim, 2003). Citra mereka yang baik

pada suatu hotel dapat mempengaruhi para konsumen dalam meningkatkan atau menurunkan loyalitas pelanggan mereka.

Dalam statistik yang saya peroleh dari Hotel Poroliman mengenai data pelanggan setiap bulannya, terjadi penurunan jumlah pelanggan pada bulan Juli, dan Agustus 2021. Berikut adalah tabel data jumlah pengunjung pada tahun 2021 (Januari-September) :

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengunjung Tahun 2021 (Januari- September)

| No. | Bulan | Jumlah Pengunjung |
|-----|-----------|-------------------|
| 1 | Januari | 269 |
| 2 | Februari | 301 |
| 3 | Maret | 248 |
| 4 | April | 258 |
| 5 | Mei | 248 |
| 6 | Juni | 266 |
| 7 | Juli | 203 |
| 8 | Agustus | 201 |
| 9 | September | 240 |

Sumber : Data dari Hotel Poroliman, 2021

Dari data tersebut dapat diamati bahwa terjadi penurunan pada bulan Juli dan Agustus di Hotel Poroliman. Hal tersebut harus menjadi bahan evaluasi dari pihak Hotel Poroliman. Dalam persaingan bisnis perhotelan, banyak para pelaku bisnis perhotelan yang melakukan strategi harga guna membuat para konsumen tertarik menginap pada hotel tersebut. Strategi tersebut seperti memberi potongan

harga terhadap para konsumen, memberikan *voucher* gratis menginap dengansyarat tertentu dan strategi harga lainnya. Definisi harga ialah jumlah nilai yang dipertukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk maupun jasa (Kotler, 2009:289). Persaingan harga yang dilakukan oleh Hotel Poroliman adalah memberikan diskon kepada para konsumennya dihari-hari tertentu seperti hari besar nasional dan hari-hari lainnya seperti akhir pekan.

Harga yang ditetapkan oleh Hotel Poroliman tergolong murah meriah sekelas hotel yang berbintang 2, berikut ini adalah tabel harga yang ditetapkan oleh Hotel Poroliman :

Tabel 1.2
Data Harga Kamar Hotel Poroliman

| Tipe Kamar | Harga |
|------------------------|------------|
| Single bed kipas angin | Rp.150.000 |
| Double bed kipas angin | Rp.200.000 |
| Single bed AC | Rp.250.000 |
| Double bed AC | Rp.300.000 |
| Luxury room | Rp.350.000 |

Sumber : Data yang diterima dari Hotel Poroliman tahun 2021

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak Hotel Poroliman, harga yang ditawarkan pihak Hotel Poroliman tergolong normal dan wajar bagi hotel berbintang dua. Dengan harga tersebut pihak pengelola berharap dapat bersaing dengan para competitor lainnya.

Dalam meningkatkan rasa puas para konsumen hotel, para pelaku bisnis perhotelan seperti Hotel Poroliman harus memberikan kualitas pelayanan yang

baik kepada para konsumennya. Pelayanan merupakan faktor yang penting guna meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas para konsumen pada bisnis perhotelan. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan akan menciptakan rasa puas pada pelanggan, kepuasan tersebut mengakibatkan pelanggan akan terus melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh pemilik produk atau jasa tersebut (Hidayat 2009:59). Layanan merupakan bentuk produk yang terdiri dari kegiatan, manfaat, maupun kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dan Amstrong, 2012:234).

Titik lokasi hotel juga menjadi salah satu faktor yang membuat para pelanggan menjadi loyal terhadap hotel tersebut. Lokasi hotel yang mudah dijangkau dan memiliki akses jalan yang mudah akan membuat para konsumen menjadi loyal dan puas dengan hotel tersebut.

Lokasi ialah tempat berlangsungnya suatu usaha. Idealnya pemberi jasa memiliki lokasi yang baik sebagai tempat usahanya, tempat yang disukai baik produsen maupun para konsumen. Menurut Strauh dan Attner dalam Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin (2020) salah satu kunci sukses bisnis hotel ialah lokasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa lokasi memegang peranan penting bagi eksistensi usaha jasa perhotelan. Lokasi suatu penyedia jasa hotel menjadi faktor yang penting bagi para konsumen, salah satu alasannya ialah lokasi penyedia jasa menjadi penting karena penyedia jasa tersebut dekat dengan tujuannya ataupun dekat dengan tempat kerja pada pelanggan hotel tersebut.

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini guna membatasi penelitian yang dilakukan dengan tujuan penelitian, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

Dengan kriteria batasan yang diterapkan, antara lain adalah sebagai berikut ini :

1. Variabel independen pada penelitian ini ialah citra perusahaan, harga, kualitas layanan, dan lokasi.
2. Variabel dependen pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.
3. Penelitian ini dilakukan pada objek penelitian yakni Hotel Poroliman yang ada di Kabupaten Kudus.
4. Responden pada penelitian ini adalah pelanggan Hotel Poroliman Kabupaten Kudus.
5. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Desember 2021.

1.3. Rumusan Masalah Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mengambil judul “Pengaruh Citra Perusahaan, Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Hotel Poroliman Kudus” karena berdasarkan data pengunjung hotel yang naik turun menunjukkan bahwa Hotel Poroliman Kudus belum sepenuhnya membuat para pelanggan menjadi loyal terhadap Hotel Poroliman dan hal tersebut bisa dikarenakan layanan yang diberikan pihak hotel belum dapat membuat konsumen loyal, harga yang diberikan pihak hotel masih terlalu mahal dibandingkan hotel lainnya yang ada di kota Kudus atau lokasi hotel yang kurang strategis.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut ini:

1. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Hotel Poroliman Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Hotel Poroliman Kabupaten Kudus?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Hotel Poroliman Kabupaten Kudus?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Hotel Poroliman Kabupaten Kudus?
5. Bagaimana pengaruh citra perusahaan, harga, kualitas layanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan Hotel Poroliman Kabupaten Kudus?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

1. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Hotel Poroliman yang ada di Kabupaten Kudus
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Hotel Poroliman yang ada di Kabupaten Kudus
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Hotel Poroliman yang ada di Kabupaten Kudus
4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Hotel Poroliman yang ada di Kabupaten Kudus

5. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan, harga, kualitas layanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan Hotel Poroliman Kabupaten Kudus?

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap akan memperoleh manfaat sebagai berikut ini :

1. Manfaat teoritis

Bagi akademisi

Penelitian ini dibuat sebagai sarana untuk menambah ilmu, wawasan, pengetahuan dan informasi secara teoritis mengenai citra perusahaan, harga, kualitas layanan dan lokasi pada loyalitas pelanggan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi Hotel Poroliman dalam mengambil keputusan bersaing dengan hotel lainnya yang ada di Kabupaten Kudus.

- b. Bagi konsumen

Penelitian ini memberikan informasi dan pengalaman mengenai faktor yang membuat loyalitas pelanggan kepada para calon konsumen Hotel agar dapat mengetahui faktor citra perusahaan, harga, kualitas layanan dan lokasi yang ada pada Hotel Poroliman dan Hotel lainnya yang ada di Kabupaten Kudus.