

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

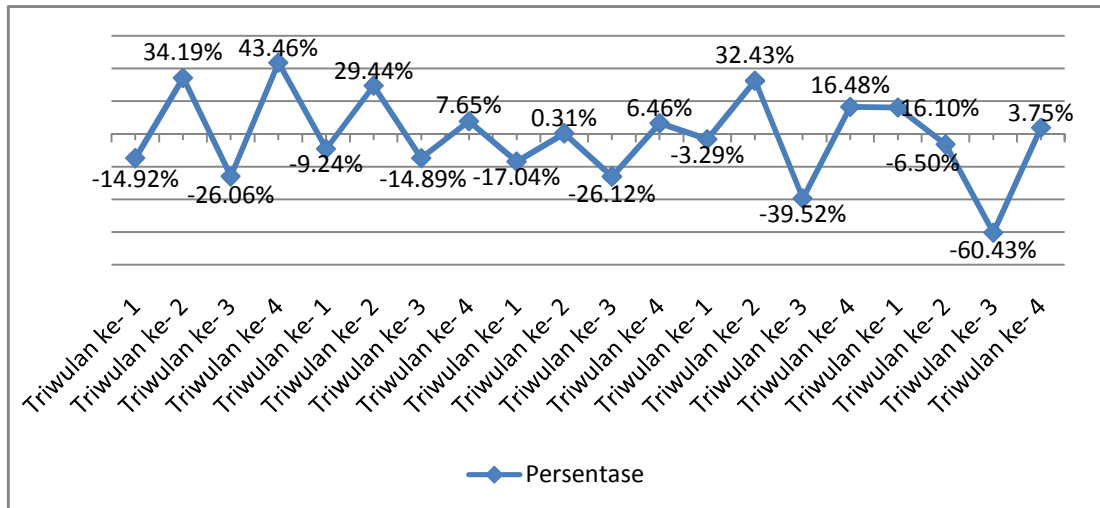
Selama lima tahun terakhir Grand Hotel Preanger mengalami grafik penurunan dan kenaikan jumlah konsumen yang tidak stabil. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat yang terpengaruh akibat perekonomian di Negara Indonesia yang tidak stabil juga. Hal ini dapat terlihat dari persentase dan grafik jumlah konsumen yang datang selama lima tahun terakhir di Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung seperti pada table 1.1 dan gambar pertumbuhan di Preanger Restoran pada gambar 1.1 dibawah ini :

**Tabel 1.1**  
**Persentase Jumlah Konsumen Selama 5 Tahun Di Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung**

Tahun	Periode	Jumlah Konsumen	Persentase
2004	Triwulan ke- 1	22.105	-14,92%
	Triwulan ke- 2	21.439	34,19%
	Triwulan ke- 3	24.757	-26,06%
	Triwulan ke- 4	22.318	43,46%
2005	Triwulan ke- 1	23.644	-9,24%
	Triwulan ke- 2	23.166	29,44%
	Triwulan ke- 3	29.223	-14,89%
	Triwulan ke- 4	28.404	7,65%
2006	Triwulan ke- 1	25.569	-17,04%
	Triwulan ke- 2	24.962	0,31%
	Triwulan ke- 3	26.546	-26,12%
	Triwulan ke- 4	27.496	6,46%
2007	Triwulan ke- 1	22.016	-3,29%
	Triwulan ke- 2	24.006	32,43%
	Triwulan ke- 3	26.596	-39,52%
	Triwulan ke- 4	25.790	16,48%

Tahun	Periode	Jumlah Konsumen	Persentase
2008	Triwulan ke- 1	21.590	16,10%
	Triwulan ke- 2	23.302	-6,50%
	Triwulan ke- 3	25.156	-60,43%
	Triwulan ke- 4	27.209	3,75%

Sumber: Grand Hotel Preanger Bandung



**Gambar 1.1**  
**Grafik Pertumbuhan Jumlah Konsumen Selama 5 Tahun Di Preanger**  
**Restoran Grand Hotel Preanger Bandung**

Jumlah persentase penurunan yang terjadi di Preanger Restoran selama lima tahun belakangan ini sangatlah berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan, dimana perusahaan akan mengalami low season. Jumlah pertumbuhan yang tidak stabil ini merupakan suatu hal yang dipengaruhi oleh faktor- faktor yang sangat berkaitan erat dan saling mempengaruhi.

Faktor- faktor yang mempengaruhi rendahnya persentase kenaikan jumlah konsumen yang datang ke Preanger Restoran, salah satunya yaitu berkaitan dengan harga yang ditawarkan, dan kualitas pelayanan yang di dapatkan oleh para konsumen dan banyak hal lain yang akan mempengaruhi adanya suatu loyalitas kosumen terhadap perusahaan.

Selain harga, loyalitas juga di pengaruhi oleh service yang di berikan Preanger Restaurant kepada konsumen. Grand Hotel Prenger mempunyai ciri khas atau standar pelayanan yang diberikan kepada konsumen, yaitu :

1. Familier

2. Program Smile

**S** → Service Excellent (Pelayanan Prima)

**M** → Motivation (Dorongan Karyawan)

**I** → Infinity (Pengembangan SDM)

**L** → Loyalty (Kesetian Karyawan terhadap Perusahaan)

**E** → Energetic (Penuh Semangat)

Dari table 1.2 dibawah ini dapat kita lihat sedikit banyaknya tamu/konsumen yang datang ke Preanger Restaurant Grand Hotel Preanger Bandung dan mempunyai minat atau keinginan untuk melakukan pembelian secara periodik selama beberapa bulan selama 1 tahun.

**Tabel 1.2**  
**Repeating Guest**

Company		
Brighta Tryphera	Pacto	Indo Garment PT
Mitsubishi	Kodam Siliwangi	Bank Jabar
Fit. U Garment Canggih	Pemda Jabar	Pajak
Tsudacoma	Dep. Keuangan	Dewhingt
BI	Indonesia Power	Polda Jabar
Garuda	Lautan Luas PT	Clarity PT
Antam	Bringin Life	Panorama Tour
Dims ITB	Bank Panin	Vista
Debur dan Wendel	Polwiltabes	Best Tour
Asia Link	Dep. Luar negeri	Medco
Unpad	Sig Combliblok	

Sumber: Grand Hotel Preanger Bandung

Setiap manusia melakukan aktivitas atau kegiatannya tidak lepas dari lingkungan atau hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan yang rutin dilakukan setiap hari., seperti bekerja, sekolah, kuliah, dsb.

Menurut Prof. Soemarwoto Otto, Ekologi Lingkungan Hidup dan Pembangunan, salah satu bentuk aktivitas yang dilakukan pada waktu luang adalah kegiatan rekreasi atau *recreation*, yaitu kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan kekuatan diri secara fisik maupun mental sehingga merasa pulih kembali untuk melakukan kegiatan tugas rutinnnya.

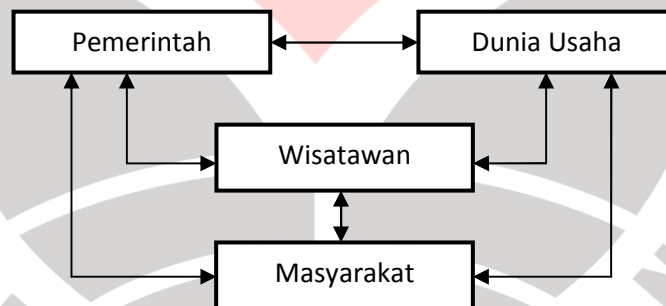
Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan rekreasi merupakan salah satu kebutuhan manusia, hal ini juga ditegaskan oleh PBB dalam *Declaration Of Human Right, U.N., 1948* : “*Everyone has the right to the rest and leisure, including periodic holiday and paid*”. Kemudian makna rekreasi dari W.T.O 1980, menekankan bahwa : “*The improvement of the quality of life and the recreation of better living condition for all people*”.

Faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan kegiatan wisata yaitu, karena mereka merasakan kejenuhan yang mana setiap harinya mereka melakukan rutinitas yang sama. Hal tersebut tidak lepas dari waktu bebas setelah semua kegiatan dasar terpenuhi. Dengan adanya waktu luang, biasanya manusia akan memanfaatkannya dengan berbagai jenis aktivitas.

Sebagaimana kita ketahui bahwa pengertian kepariwisataan atau tourism, yaitu sebagai suatu aktivitas yang dilatarbelakangi oleh kegiatan perjalanan/ travel. Dengan semakin berkembangnya bentuk aktivitas perjalanan dan semakin majunya fasilitas penunjang aktivitas perjalanan tersebut, maka berkembanglah

suatu bentuk yang mempunyai tujuan untuk bersenang- senang tidak mengikat, (bebas menentukan tujuan perjalanan), tidak menetap (*permanent stayed*) serta dalam waktu yang sementara.

Dari pengertian kepariwisataan atau tourism diatas menunjukkan bahwa dalam kepariwisataan terdapat unsur- unsur yang terkait satu sama lain, yaitu : *Wisatawan* adalah pihak yang melaksanakan kegiatan pariwisata atau melakukan perjalanan wisata. *Dunia usaha* yaitu pihak yang mengusahakan fasilitas penunjang bagi wisatawan. *Pemerintah* yaitu pihak yang berkepentingan untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat melalui kepariwisataan. *Komunitas* yaitu pihak penduduk setempat yang tinggal disuatu daerah tujuan wisata, dan secara langsung akan menerima dampak kegiatan kepariwisataan di daerahnya. Sistem kepariwisataan ini seperti terlihat pada Gambar 1.2 :



**Gambar 1.2**  
**Sistem Kepariwisatahan**

Sistem ini sangat berperan penting dalam menentukan perkembangan kepariwisataan, salah satunya yaitu Dunia Usaha, sebagaimana tercantum dalam UU RI tentang kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata usaha sarana pariwisata dan usaha lainnya yang berkaitan dengan bidang tersebut.

Seiring dengan tingkat ekspektasi pelanggan yang semakin meningkat dan ketatnya persaingan antar hotel maupun restoran maka setiap restoran tidak bisa hanya mengandalkan produk fisik sebagai daya saing saja, karena hampir semua restoran telah memiliki fasilitas fisik yang sama, maka dari itu setiap restoran harus menggunakan aspek pelayanan dan harga sebagai alat untuk bersaing yang dapat diandalkan.

Dengan menciptakan harga dan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai, maka akan berkontribusi positif pada *positioning* restoran tersebut. Pentingnya sebuah pelayanan dan harga dalam industri restoran, akan mampu meningkatkan citra restoran tersebut sehingga pelanggan akan terus bertambah dan loyal.

Loyalitas pelanggan merupakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan/ restoran. Kualitas pelayanan dapat diidentifikasi dari unsur- unsur yang terdapat didalamnya, sebagaimana pengertian kualitas pelayanan menurut Stephan A. Butcher dalam buku “ Business : The Ultimate Resource (2002:69)”, menyatakan bahwa Customer who are satisfied with level and quality of service they receive are like to continue buying from the same company. This can be reinforced by loyalty.

Kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan akan mengakibatkan adanya loyalitas pelanggan dan pada akhirnya akan melahirkan Service Profit Chain (Lovelock, 2002 : 104)

Perusahaan harus meraih sukses dalam memasarkan suatu barang jasa, dan harus menciptakan suatu harga secara tepat. Karena harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau dikatakan juga sebagai

jumlah nilai pertukaran untuk mendapatkan manfaat dari memiliki/ menggunakan produk/ jasa. (Kotler dan Amstrong,. 2004: 345)

Mempertahankan agar pelanggan tetap loyal terhadap perusahaan berarti memahami kebutuhan pelanggan dan menjadikan pelanggan sebagai mitra bagi perusahaan. Hal ini merupakan langkah utama untuk mempertahankan pelanggan yang setia atau loyal terhadap perusahaan. Pelanggan yang loyal memiliki peran yang strategis bagi suatu perusahaan, seperti diungkapkan Handi Irawan (2002: 10) dengan loyalitas pelanggan berarti mengacu pencapaian laba masa depan.

Mengingat akan pentingnya loyalitas konsumen, maka penulis tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen, oleh karena itu penulis mengambil judul, **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Preanger Restoran Di Grand Hotel Preanger Bandung”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas dapat di tarik beberapa permasalahan, yaitu :

- a. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung
- b. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen di Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung.
- c. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen di Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Preanger Restoran di Grand Hotel Preanger Bandung
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen Preanger Restoran di Grand Hotel Preanger Bandung
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Preanger Restoran di Grand Hotel Preanger Bandung

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis (akademis) dan praktis.

1. Secara Teoretis

Untuk menambah wawasan para mahasiswa dan pihak manapun mengenai kualitas pelayanan dan harga yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung.

2. Secara Praktis

Untuk mensosialisaikan hal- hal di dunia Industri Jasa khususnya mengenai kualitas pelayanan dan harga yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Preanger Restoran Grand Hotel Preanger Bandung dan khususnya para mahasiswa dan pihak- pihak lain yang membaca penelitian ini dan juga menjadi pedoman kepada pihak- pihak tertentu.