

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Penelitian

Pariwisata merupakan sektor penting di berbagai negara berkembang dalam beberapa tahun terakhir melalui pengembangan lapangan kerja terkait, peningkatan standar kehidupan masyarakat lokal dan mendukung pertumbuhan industri lainnya (Viet et al., 2020). Dapat dikatakan bahwasanya dewasa ini industri akomodasi atau perhotelan menjadi salah satu industri yang berpengaruh besar terhadap pertumbuhan pariwisata dikarenakan sebagian besar wisatawan internasional dan wisatawan domestik menginap di hotel. Industri perhotelan menjadi salah satu pertumbuhan industri yang hingga saat ini memiliki beberapa strategi untuk dapat meningkatkan pendapatan industri setiap tahunnya. Strategi dalam mengembangkan industri perhotelan meliputi kunjungan tamu baru dan mempertahankan kunjungan tamu sebelumnya.

Oleh karena itu, dewasa ini penyedia jasa tidak cukup hanya dengan menarik lebih banyak tamu atau pengunjung baru, tetapi juga harus berusaha untuk mempertahankan tamu sebelumnya. Mempertahankan tamu merupakan implikasi dari keputusan berkunjung kembali oleh tamu. Minat berkunjung kembali (*revisit intention*) dan minat beli ulang (*repurchase*) menjadi dua komponen penting dan saling berhubungan yang perlu diperhatikan oleh setiap pemasar industri perhotelan dan pemerintah (Barkah & Febriasari, 2021). Minat berkunjung kembali (*revisit intention*) & Minat beli ulang (*repurchase*) dipengaruhi oleh proses informasi dan komponen kepuasan yang dirasakan oleh tamu (Nuraeni, 2014). Komponen kepuasan tergantung akan pelayanan yang dirasakan apakah sesuai dengan apa yang diharapkan atau sebaliknya. Jika kualitas pelayanan dipresepikan baik dan memenuhi ekspektasi, maka kualitas pelayanan dianggap melampaui harapan pelanggan (Bahriansyah & Arista, 2021). Menurut Tjiptono (2016:301) dalam (Heng et al., 2023) mengatakan bahwasanya pelanggan dapat mendefinisikan kepuasan sebagai keadaan yang mereka alami setelah menyadari akan kebutuhan atau keinginan

mereka dipenuhi, baik dengan memuaskan maupun sesuai dengan perkiraan. Penyedia pelayanan harus dapat memuaskan tamu yang datang dengan memilih suatu harga yang efektif dan kompetitif. Persepsi harga (*price perception*) seperti mahal atau murah, wajar atau tidak masuk akal nya harga memiliki peran penting dalam kepuasan tamu. Harga seharusnya ditetapkan sama dengan nilai persepsi bagi tamu. Harga yang tepat akan memengaruhi kepuasan tamu, namun jika harga dianggap terlalu tinggi oleh tamu, maka kualitas persepsinya akan lebih rendah daripada biaya yang dikeluarkan, dan peluang minat berkunjung kembali akan hilang (Lating & Zulfikar, 2023). Penilaian tamu terhadap harga suatu barang atau jasa yang diberikan termasuk wajar atau tidak akan menimbulkan hal yang kurang menguntungkan jika ekspektasi yang dihadirkan mengenai produk atau jasa tersebut memiliki harga tinggi, namun kualitasnya buruk, kurang bagus atau pelayanannya mahal dan tidak memenuhi harapan tamu. Hal tersebut dapat memberikan penilaian negatif terhadap produk dan jasa yang dimiliki. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan persepsi harga dan bukan merupakan harga asli, penelitian ini lebih menekankan pada bagaimana tamu hotel merasakan nilai dari harga yang mereka bayar, bukan sekadar angka nominal. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menangkap variasi dalam penilaian harga oleh berbagai tamu, yang mungkin memiliki latar belakang atau ekspektasi berbeda.

Selain persepsi harga (*price perception*), kualitas pelayanan (*service quality*) juga menjadi faktor penentu kepuasan tamu. Menurut Soleimani & Einolahzadeh (2019) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai kesan keseluruhan tamu mengenai inferioritas relatif dan keunggulan suatu tempat terhadap layanannya. Dengan persaingan yang semakin ketat, penyedia layanan harus terus memberikan layanan berkualitas tinggi serta dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang membuat tamu puas. Terdapat dua faktor pembanding yang dapat dinilai dari kualitas pelayanan diantaranya merupakan persepsi tamu atas layanan yang mereka rasakan dan terima dengan layanan sesungguhnya yang tamu ekspektasikan (Budiasa & Suthanaya, 2021). Diketahui bahwasanya kualitas layanan yang sesuai dapat

meningkatkan kepuasan tamu dan menghasilkan hasil positif seperti keinginan untuk datang kembali dan menginformasikannya kepada orang lain. Perlunya perhatian dari industri akomodasi dalam hal kualitas pelayanan dengan menyajikan pelayanan yang berkualitas kepada tamu sehingga dapat memberikan kepuasan bagi tamu. Dikarenakan jasa layanan merupakan strategi pemasaran bagi hotel, tamu dapat memberikan perbandingan akan layanan yang diberikan hotel dengan membandingkannya dengan hotel lain.

Jika pengelola hotel dapat menetapkan harga yang kompetitif dan sebanding dengan apa yang akan didapatkan oleh tamu maka sangat memungkinkan untuk tamu akan puas dengan harga yang dikeluarkan. Hal tersebut juga berlaku bila suatu hotel memiliki kualitas pelayanan yang berkualitas, maka secara langsung hotel tersebut memiliki nilai yang positif dan citra baik dimata tamu sehingga memungkinkan tamu puas dan merekomendasikan hotel tersebut kepada keluarga, teman atau saudara (*Word of Mouth*). Diketahui menurut Ayu & Nainggolan (2023) bahwasanya kepuasan tamu (*guest satisfaction*) pada industri perhotelan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor namun 2 diantaranya merupakan persepsi harga (*price perception*) dan kualitas layanan (*service quality*).

Menurut Standar Usaha Hotel yang ditetapkan oleh Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 “hotel adalah usaha yang menyediakan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan, yang dilengkapi dengan makan dan minuman, hiburan, dan fasilitas lainnya dengan tujuan memperoleh keuntungan”. Hal ini diperkuat dengan pengertian dari Goeltom et al (2020) yang menyebutkan bahwasanya hotel merupakan perusahaan penyedia akomodasi yang memberikan ‘rumah’ bagi tamunya ketika jauh dari rumahnya. Selain itu, didefinisikan bahwasanya terdapat dua kategori hotel, yaitu hotel *non*-bintang dan hotel berbintang. Hotel berbintang merupakan hotel yang memiliki standarisasi atau kualifikasi yang cukup sehingga mendapatkan predikat bintang satu hingga bintang

lima, dilain sisi hotel *non* bintang merupakan hotel yang tidak memiliki kualifikasi kelas sehingga belum layak untuk mendapat predikat bintang.

Salah satu wilayah di DKI Jakarta yang sampai saat ini memiliki banyak hotel berbintang dibandingkan dengan wilayah DKI Jakarta lainnya adalah Jakarta Pusat. Hal ini dipengaruhi oleh Kota Jakarta Pusat yang merupakan area penting di DKI Jakarta, yang mana terdapat banyak objek wisata yang sering dikunjungi wisatawan untuk berwisata seperti Monumen Nasional (Monas), Museum Nasional Indonesia, Gelora Bung Karno Stadium (GBK), Masjid Istiqlal, Bentara Budaya dan lainnya.

Tabel 1.1 Jumlah Akomodasi, Kamar, dan Tempat Tidur yang tersedia pada Hotel Bintang di DKI Jakarta Tahun 2020 – 2022

Kab/Kot a	Akomodasi			Kamar			Tempat Tidur		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Kep. Seribu	4	2	2	205	111	128	484	312	346
Jakarta Selatan	101	98	112	13.422	11.387	14.421	18.038	15.871	20.798
Jakarta Timur	20	22	20	2.125	2.231	2.228	2.549	2.903	3.044
Jakarta Pusat	178	179	182	26.522	27.029	23.319	30.547	33.711	29.604
Jakarta Barat	53	50	78	7.326	6.591	9.580	9.811	8.454	12.615
Jakarta Utara	36	33	38	5.923	5.194	6.826	8.476	7.617	8.355
Total (DKI Jakarta)	392	384	432	55.523	52.543	56.502	69.905	68.868	74.762

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2023)

Tabel 1.1 menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah akomodasi, kamar dan tempat tidur setiap tahunnya. Wilayah Jakarta Pusat selalu

memimpin dengan jumlah terbanyak dibandingkan dengan wilayah DKI Jakarta lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (*BPS-Statistics of DKI Jakarta Province*) pada tahun 2022 terdapat 432 akomodasi berbentuk hotel berbintang, 56.502 hunian kamar dan 74.762 tempat tidur yang ada di wilayah DKI Jakarta dan sebanyak 182 hotel berbintang, 23.319 kamar dan 29.604 tempat tidur berada di wilayah Jakarta Pusat sebagai wilayah dominan.

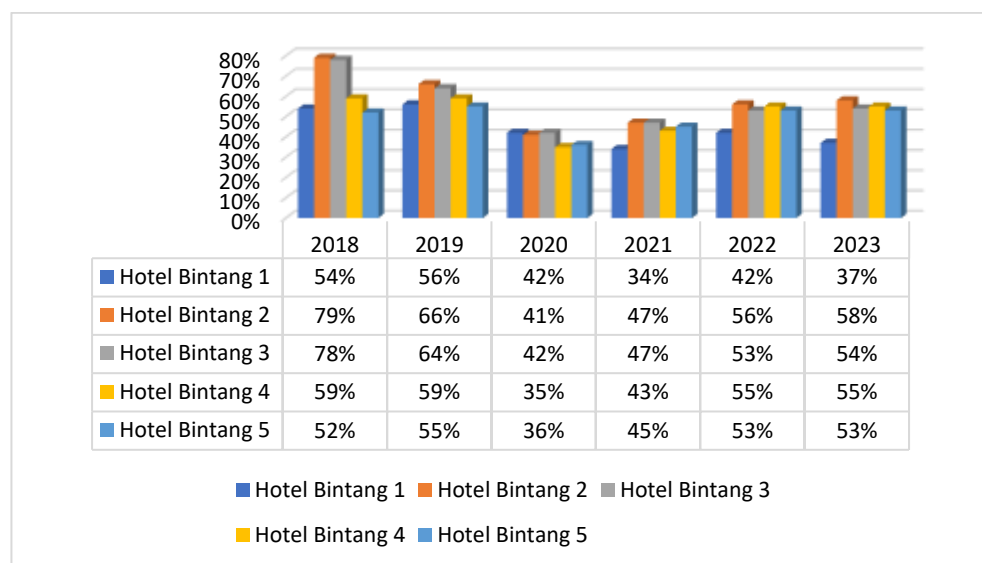
Menurut Kumar (2021) Hotel Bintang 5 merupakan akomodasi mewah yang menawarkan tempat paling mewah, jangkauan layanan tamu terluas, serta kolam renang dan fasilitas olahraga. Tidak hanya itu, Hotel Bintang 5 harus memiliki standar internasional yang sesuai, desain terbaik sehingga dapat memberikan kenyamanan dan keanggunan, produksi *Food & Beverage* dengan standar internasional, dan yang terpenting staf yang berpengetahuan luas dan berpengalaman dalam segala aspek layanan tamu dan dengan menggabungkan efektifitas dengan kesopanan.

Hotel bintang 5 sudah seharusnya memiliki beberapa penghargaan dengan kualifikasi yang mereka punya seperti penghargaan nasional Adikarya Wisata Award hingga penghargaan internasional seperti *Best Luxury Hotel in Indonesia*. Penghargaan yang diraih dapat terkait dengan *service quality*, fasilitas, pengoperasian hotel yang ramah lingkungan hingga hotel yang mendukung pelestarian budaya. Beberapa penghargaan didapatkan untuk dapat menunjukkan bahwasanya akomodasi tersebut layak mendapat predikat hotel bintang lima khususnya di wilayah Jakarta Pusat.

Alasan mengapa penelitian ini mengambil lokasi pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat adalah dengan persaingan antar hotel di Jakarta Pusat sangat intens, membuat penelitian tentang kepuasan tamu sangat relevan, serta dengan konsentrasi tinggi hotel bintang 5, memberikan sampel yang representatif dan beragam untuk penelitian. Jakarta Pusat sebagai pusat aktivitas bisnis dan pemerintahan menarik berbagai tipe tamu, dari eksekutif bisnis hingga pejabat pemerintah, memperkaya variasi data penelitian. Sebagaimana hotel bintang 5 di Jakarta Pusat umumnya memiliki standar

layanan sangat tinggi, memungkinkan analisis mendalam tentang kualitas pelayanan.

Merujuk pada data yang dikelola oleh Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta (2023) diketahui bahwasanya Hotel Bintang 2 dan 3 memiliki Tingkat Penghunian Kamar (TPK) yang setiap tahunnya meningkat jika dibandingkan dengan Hotel Bintang 5 yang masih menduduki peringkat ke-3 terbanyak. Berikut diagram Tingkat Penghunian Kamar (TPK) tahun 2018-2023 pada Hotel Bintang di DKI Jakarta:



Gambar 1.1 Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang menurut Kelas Hotel Bintang di DKI Jakarta (%) Tahun 2018 - 2023

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta

Gambar 1.1 menunjukkan bahwasanya Tingkat Penghunian Kamar (TPK) pada Hotel Bintang 5 di DKI Jakarta setiap tahunnya selalu berada di bawah Hotel Bintang 2 & 3 di DKI Jakarta. Selisih persentase antara hotel bintang 5 dan hotel bintang 2 pada tahun 2018 sebesar 27%, pada tahun 2019 sebesar 11%, pada tahun 2021 sebesar 2%, pada 2020 sebesar 5%, pada tahun 2022 sebesar 3%, dan pada tahun 2023 sebesar 5%. Selain itu, selisih antara hotel bintang 5 dan bintang 3 pada tahun 2018 sebesar 26%, pada tahun 2019 sebesar 9%, pada tahun 2020 sebesar 6%, pada tahun 2021 sebesar 2%, pada

2022 memiliki persentase TPK yang sama dan pada tahun 2023 memiliki selisih sebesar 1%.

Perbandingan pada jenis bintang yang sama dilakukan terhadap Hotel Bintang 5 di DKI Jakarta dengan Hotel Bintang 5 di Kalimantan Timur, sebagai wilayah metropolitan dengan memiliki kota-kota besar yang menjadi pusat aktivitas serta memiliki populasi yang beragam, dengan penduduk dari berbagai latar belakang etnis dan budaya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada masing-masing daerah diketahui bahwasanya tingkat penghunian kamar yang ada pada Hotel Bintang 5 di DKI Jakarta memiliki tingkat hunian atau okupansi yang lebih rendah setiap tahunnya jika dibandingkan dengan hotel bintang 5 yang ada di Kalimantan Timur. Terdapat selisih sebesar 15% pada tahun 2020, 1% pada tahun 2021, 15% pada tahun 2022, dan 13% pada tahun 2023.



**Gambar 1.2 Tingkat Okupansi Hotel Bintang 5 di Provinsi DKI
Jakarta & Kalimantan Timur**

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta & Kalimantan Timur

Gambar 1.2 menunjukkan bahwasanya pada tahun 2020 – 2023 Hotel Bintang 5 di Kalimantan Timur terindikasi memiliki okupansi lebih unggul dalam tingkatan kelas hotel bintang. Dikutip dari pendapat Lockyer (2005) yang menyatakan bahwasanya meskipun berada dalam kelas hotel yang sama, tingkat okupansi dapat bervariasi secara signifikan tergantung pada

kualitas layanan, harga, fasilitas, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Dalam penelitian ini, faktor perbedaan tingkat okupansi tersebut dapat terjadi ketika tamu memilih untuk berlibur atau menginap di hotel yang memiliki harga jauh lebih terjangkau dan dengan kualitas yang diberikan setara dengan hotel bintang dikelasnya.

Penelitian mengenai variabel persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan tamu dilakukan oleh Falaq et al. (2023) & Hariani et al. (2021) dengan menyebutkan bahwasanya “harga dan kualitas pelayanan memiliki peran signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan tamu”. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Prasetya & Prabowo (2023) didapatkan bahwasanya “kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan kepada variabel kepuasan pelanggan”. Selain itu, dalam beberapa penelitian persepsi harga tidak secara signifikan mempengaruhi kepeuasan pelanggan (Ridhasyabina et al., 2024) & (Vitaharsa, 2023)

Penulis memiliki ketertarikan dalam melakukan penelitian dengan variabel tersebut dikarenakan adanya faktor-faktor yang menyebabkan tamu memiliki persepsi dan merasakan kepuasan atas harga atau nilai yang dibayar dan dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga kepuasan yang dirasakan tamu setelah merasakan pelayanan oleh hotel tersebut, membuat tamu untuk berbagi informasi kepada orang lain, dan kepuasan yang mereka rasakan dapat berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli kembali serta dikarenakan belum adanya penelitian mengenai pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat, dengan demikian peneliti memutuskan untuk mengajukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Permasalahan yang dapat dijabarkan berdasarkan latar belakang pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana tingkat persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat?
- 2) Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat?
- 3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat?
- 4) Bagaimana pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Hotel bintang 5 di Jakarta Pusat?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

- 1) Menganalisis tingkat persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat.
- 2) Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat.
- 3) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat.
- 4) Menganalisis pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat.

1.4 Manfaat Penelitian

Sebagaimana tujuan penelitian yang penulis harapkan dapat tercapai, penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat baik secara langsung dan tidak langsung. Berikut manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis dalam beberapa aspek:

- 1) Aspek Teoritis
 - a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan wawasan dalam konteks pengembangan teori baru, serta memvalidasi teori-teori ilmiah yang sudah ada, dan perkembangan

ilmu pengetahuan mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat.

- b. Diharapkan dapat digunakan sebagai rumusan pemikiran dalam menambah kebendaharaan disiplin ilmu pariwisata terkait permasalahan yang sedang diteliti.
- c. Diharapkan hasil penelitian yang telah dihasilkan dapat digunakan sebagai bahan tambahan informasi bagi pembaca.

2) Aspek Praktis

- a. Diharapkan dapat berimplikasi untuk pengelola hotel dalam pembuatan kebijakan dan membantu dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, kualitas produk atau layanan.
- b. Sebagai bahan evaluasi bagi Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat dalam mengetahui kinerja karyawan.
- c. Diharapkan dapat memiliki dampak positif pada masyarakat atau kelompok tertentu.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dijabarkan terbagi atas lima bab dengan diantaranya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, membahas mengenai konteks masalah yang akan diteliti, mengapa penelitian ini penting, dan apa yang menjadi latar belakang masalah, merinci rumusan masalah yang diteliti, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini, menguraikan manfaat hasil penelitian bagi aspek teoritis dan praktis, menjelaskan batasan-batasan yang diterapkan dalam penelitian ini serta sistematika penulisan untuk menjelaskan pokok-pokok pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori yang dibutuhkan dalam analisis data, konsep penelitian yang pernah membahas mengenai permasalahan yang serupa, dan penelitian terkait yang mendukung penelitian ini. Selain itu, memberikan argumen dalam penelitian yang menjadi dasar mengapa penelitian ini perlu dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran tentang metode yang akan digunakan, mendetailkan pendekatan yang digunakan (kualitatif, kuantitatif, atau campuran), menjelaskan populasi yang diteliti dan teknik pengambilan sampel, membahas instrumen penelitian yang digunakan, mendetailkan data yang akan dikumpulkan dengan survei, wawancara, observasi, atau studi pustaka, memastikan validitas dan reliabilitas data serta memperjelas teknik analisis data dalam skripsi untuk mendapatkan hasil yang valid.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan menggunakan grafik, tabel atau gambar untuk mengilustrasikan hasil penelitian, menjelaskan mengenai temuan-temuan utama penelitian dan hubungannya dengan data yang telah dikumpulkan dan diolah sehingga nantinya akan menghasilkan solusi untuk rumusan masalah yang telah dipaparkan.

BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Bab ini menyimpulkan temuan utama dan memberikan ringkasan keseluruhan penelitian, merumuskan implikasi praktis dari penelitian yang telah dilakukan dan memberikan rekomendasi dan saran untuk penelitian lebih

lanjut serta menjelaskan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan.