

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi fisik lingkungan layanan atau dikenal dengan *servicescape* mempengaruhi pengalaman layanan pelanggan dan dapat meningkatkan atau mengurangi kepuasan pelanggan, memiliki peran yang penting terutama pada jasa yang melibatkan manusia dalam prosesnya dan dengan tingkat kontak yang tinggi. Dikarenakan jasa tidak memiliki wujud maka, tamu seringkali bergantung pada tanda yang nyata serta bukti nyata guna menilai pelayanan sebelum pembeliannya serta menilai pada kepuasan layanan yang telah digunakan (Zeithaml et al., 2013). Bukti fisik, juga disebut *servicescape* berkaitan dengan tampilan lingkungan fisik, gaya dan hal lain terkait hal yang dialami pengunjung di lokasi pengirim layanan (Halim et al., 2021).

Kepuasan tamu dapat timbul ketika apa yang ia dapat atau rasakan sesuai dengan ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2009). Ekspektasi yang muncul dari pembeli dibentuk berdasarkan pengalaman pembelian masa lalu seperti nasihat kerabat maupun informasi atau janji yang dibuat oleh pesaing ataupun pemasar. ketika ekspektasi dari pemasar ditingkatkan lebih tinggi, maka pelanggan akan merasa kecewa ketika tidak sesuai tetapi, jika pemasar menentukan ekspektasi yang sangat rendah pun tidak dapat menarik pelanggan banyak. Perusahaan bisa meningkatkan kepuasan yaitu dengan cara meningkatkan dan memberikan hasil kinerja yang lebih baik dan sesuai harapan. Kepuasan tamu merupakan salahsatu topik yang banyak diteliti karena, harapan pelanggan meningkat seiring pesatnya kemajuan lingkungan bisnis yang kompetitif. Beberapa perusahaan tentunya berusaha supaya tamu tetap bertahan dan memahami apa saja yang tamu butuhkan dan inginkan agar terciptanya layanan yang berkualitas. Hal tersebut membuktikan bahwa kepuasan tamu terutama dalam industri perhotelan perlu dan sangat penting untuk dilakukan penelitian.

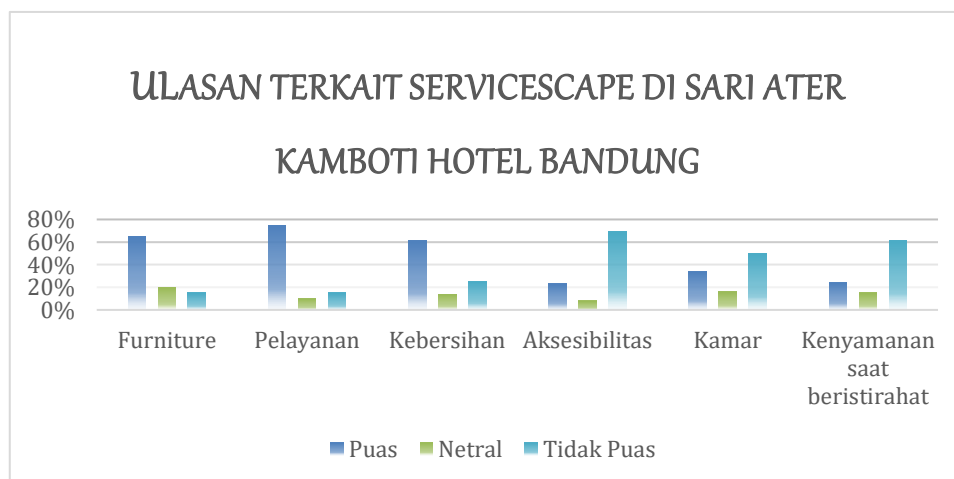
Tamu hotel seringkali menghabiskan sebagian besar waktu mereka di lingkungan hotel karena berbagai alasan. Pelanggan yang belum memiliki pengalaman sebelumnya di lingkungan tersebut, terpengaruh oleh *servicescape*. Telah dilakukan penelitian terdahulu terkait pengaruh antara *servicescape* terhadap kepuasan tamu di industri perhotelan bahwa dimensi dari *servicescape* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan tamu di hotel terdapat pada dimensi *ambient factor, decoration, signs and symbols* (Artuğer, 2020).

Para pembisnis yang berjalan pada industri perhotelan bisa membuat dan meningkatkan fasilitas fisik atau *servicescape* karena, hal tersebut dapat memainkan peran penting dalam memenuhi kepuasan tamu. *Servicescape* menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam suatu usaha yang menawarkan jasa dan produk. *Servicescape* memiliki hubungan kuat yang dapat mempengaruhi kepuasan tamu (Ainun & Setiawardani, 2019). Jika *servicescape* yang ditawarkan penyedia layanan disukai oleh tamu, tamu akan merasa puas dan akan menilai positif serta melakukan *repeat order* (Firmansyah, 2018). Perusahaan dapat mempertahankan pelanggan ketika pelanggan merasa puas karena kepuasan tersebut merupakan salahsatu kunci agar pelanggan dapat bertahan. Dalam mempertahankan pelanggan terhadap kepuasannya perlu tindakan evaluasi secara teratur (Zaputera et al., 2019).

Hasil pengamatan peneliti terlihat bahwa *servicescape* di Sari Ater Kamboti Hotel masih dinilai kurang baik dan berdasarkan pernyataan tamu yang tertuang dalam *google review* mengenai ketidakpuasan mereka terhadap *servicescape* tetapi, jika dilihat dari keseluruhan ulasan yang ada di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung, ulasan bintang 5 lebih mendominasi atau paling tinggi dengan *rating* 4.5/5. Meskipun ada keluhan terkait *servicescape*, *rating* keseluruhan yang tinggi menunjukkan bahwa hotel ini masih mampu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi sebagian besar tamu. Ketidakpuasan yang ada berkaitan dengan aspek kebersihan, pemeliharaan, dan responsivitas staff, yang semuanya merupakan elemen penting dari *servicescape*. Adanya keluhan serta pujian sekaligus menunjukkan variabilitas dalam pengalaman tamu, yang mungkin disebabkan oleh inkonsistensi dalam pengelolaan *servicescape*.

Beberapa tamu mengatakan bahwa hotel Sari Ater Kamboti merupakan tempat penginapan tua dan belum ada lagi renovasi yang membuat nuansa hotel terkesan tua serta nilai fungsinya yang mulai menurun. Walaupun begitu, tamu mengatakan ketika memasuki Sari Ater Kamboti Hotel, hotel terlihat bagus dan luas dengan konsepnya yang *iconic*. Tamu yang puas dengan *servicescape* yang ada di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung dapat dinyatakan karena staff yang ramah, membantu dan cepat tanggap dalam melayani, proses *check in – check out* yang mudah, *front desk* 24 jam yang siap melayani kapanpun ketika tamu butuhkan, *atmosphere* yang dapat dirasakan sangat sejuk, kualitas udara yang menyegarkan dan lain-lain.

Jika dilihat dari ketidakpuasan tamu yang berkaitan dengan *servicescape* tertuang dalam beberapa ulasan, masalah lampu yang tidak menyala, aroma apek yang tercium di lorong kamar, interior yang sudah termakan usia sehingga tidak terlihat *fresh*, aksesibilitas di hotel dan kenyamanan saat istirahat tidak dirasakan karena bising ataupun kasur yang sudah tidak layak digunakan. Beberapa masalah yang terlihat menonjol karena menyatakan hal yang sama yaitu terkait aksesibilitas, aroma yang tidak sedap dan kamar yang tidak sesuai harapan. Berikut merupakan hasil observasi via *google review* yang berisi ulasan ketika berkunjung atau menginap di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.



Gambar 1.1 Presentase Kepuasan Tamu di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung

Sumber: Google Review & diolah peneliti (2024)

Suatu hotel menerapkan strategi *servicescape* supaya dapat melebihi harapan tamu yang dapat mengakibatkan rasa puas dapat dipertahankan atau

ditingkatkan. Tempat menginap tersebut membutuhkan perencanaan atau strategi yang matang untuk lingkungan fisik maupun kinerja staff-nya supaya dapat memberikan rasa puas pada tamu, perencanaan tersebut merupakan aspek dari *servicescape*. Dengan meningkatkan kualitas *servicescape* diharapkan tamu yang sudah pernah menginap dapat menginap kembali dan mampu atau bersedia merekomendasikan Sari Ater Kamboti Hotel kepada kerabatnya untuk menginap di Sari Ater Kamboti Hotel, kualitas *serrvicescape* dari hotel dapat dilihat dari kunjungan kembali tamu yang pernah menginap di Sari Ater Kamboti. Ketika tamu yang datang tidak merasa puas, mereka tidak bersedia merekomendasikan hotel secara positif kepada orang sekitarnya. Lupiyoadi, (2006) mengatakan bahwa tamu nantinya akan bercerita kepada orang yang mereka temui, setidaknya 15 orang paling sedikit dalam jurnal *hospitality* (Sulistyawati & Sukmayani, 2019). Mendasari argumen yang telah dijabarkan maka tujuan dari penelitian ini untuk menguji **“PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN TAMU SARI ATER KAMBOTI HOTEL BANDUNG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah ini dirumuskan untuk mengetahui temuan kajian penelitian tentang:

- 1) Bagaimana *servicescape* yang terdiri dari *ambient dimension*, *design dimension* serta *social dimension* pada Sari Ater Kamboti Hotel Bandung?
- 2) Bagaimana kepuasan tamu di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung?
- 3) Bagaimana pengaruh *servicescape* terhadap *Kepuasan Tamu* di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Mendeskripsikan tingkat *servicescape* dan kepuasan tamu Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.
- 2) Menguji pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.
- 3) Memberikan rekomendasi berdasarkan analisis data yang diperoleh.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bersifat Teoritis

- 1) Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan manfaat bagi Pendidikan, khususnya dalam penelitian ilmu kepariwisataan untuk program Manajemen Resort dan Leisure dengan konsentrasi akomodasi.
- 2) Teori bersangkutan yang sedang diteliti menambah wawasan peneliti.
- 3) Sebagai informasi tambahan bagi pembaca.

1.4.2 Bersifat Praktis

- 1) Sebagai kontribusi pada industri pariwisata, terutama seektor perhotelan.
- 2) Memperoleh temuan tentang pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung dan memberikan masukan terkait hasil temuan tersebut.
- 3) Untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan tamu.
- 4) Diharapkan akan berguna dan bermanfaat bagi pembaca yang hendak melakukan penelitian lebih lanjut terkait industri hotel.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dari didasari oleh Pedoman Penelitian Karya Ilmiah UPI Tahun Akademik 2019 yang disusun ke dalam lima bab. Berikut merupakan sistematika penelitian tersebut

- 1) BAB I : PENDAHULUAN, dalam bab ini akan menjabarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian.
- 2) BAB II : KAJIAN PUSTAKA, teori – teori yang dikemukakan para ahli dan mendukung penelitian serta kerangka penelitian peneliti.
- 3) BAB III : METODE PENELITIAN, dalam bab ini akan menjabarkan metode yang digunakan termasuk lokasi, populasi, sampel, variabel, definisi operasional, teknik pengumpulan data serta instrumen penelitian.
- 4) BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, penjabaran terkait hasil penelitian serta bahasan dari hasil penelitian.

- 5) BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI , hasil dari pembahasan serta beberapa hal yang direkomendasikan oleh penulis dari penelitian yang dilakukan.
- 6) DAFTAR PUSTAKA