

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan industri perhotelan di Indonesia sudah memperlihatkan perkembangan yang berarti. Hal tersebut berjalan selaras dengan kemajuan sektor pariwisata yang kini menjadi prioritas utama dalam pembangunan ekonomi nasional, salah satu daerah di Indonesia yang menjadi destinasi wisata populer adalah Kota Bandung. Akibatnya, pertumbuhan jumlah akomodasi hotel pun terjadi secara pesat, mencakup hotel berbintang lima hingga non-bintang. Mengacu pada data yang dipublikasikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat (2024), jumlah keseluruhan wisatawan yang datang ke Kota Bandung pada tahun 2024 mencapai 8,5 juta pengunjung, menunjukkan kenaikan sebesar 18% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sejalan dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ini, tingkat kompetisi dalam bisnis perhotelan juga semakin intens.

Di tengah iklim bisnis yang penuh persaingan, kesetiaan pelanggan menjadi faktor utama dalam kesuksesan operasional hotel. Frederick Reichheld (1996) dalam karya ilmiahnya "*The Loyalty Effect*", mengungkapkan bahwa peningkatan tingkat retensi pelanggan sebanyak 5% berpotensi meningkatkan keuntungan usaha antara 25% hingga 95%. Kesetiaan pelanggan tidak hanya berdampak positif pada stabilitas pendapatan, tetapi juga berkontribusi terhadap *word-of-mouth* marketing yang positif, sebuah bentuk promosi yang sangat efisien dalam industri penginapan.

Studi sebelumnya oleh Yazid (2006), mengungkapkan bahwa fondasi utama dari loyalitas adalah kepuasan. Pelanggan yang merasa puas akan lebih cenderung melakukan pembelian ulang, tetap bertahan, dan bahkan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Dengan demikian, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk menjadi loyal. Konsep yang dikemukakan oleh Rifa'i K. (2023)

menjelaskan kepuasan konsumen muncul apabila kinerja yang dirasakan sesuai bahkan melampaui harapan. Faktor-faktor yang membentuk kepuasan tersebut antara lain kualitas produk, pelayanan yang baik, kesesuaian harga dengan manfaat, citra positif, serta pengalaman yang menyenangkan. Kepuasan inilah yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk lebih loyal terhadap penyedia jasa. Sementara itu, kajian yang dilaksanakan oleh Kim dkk. (2015) mengindikasikan bahwa hubungan interpersonal antara karyawan hotel dan tamu memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan dan loyalitas tamu.

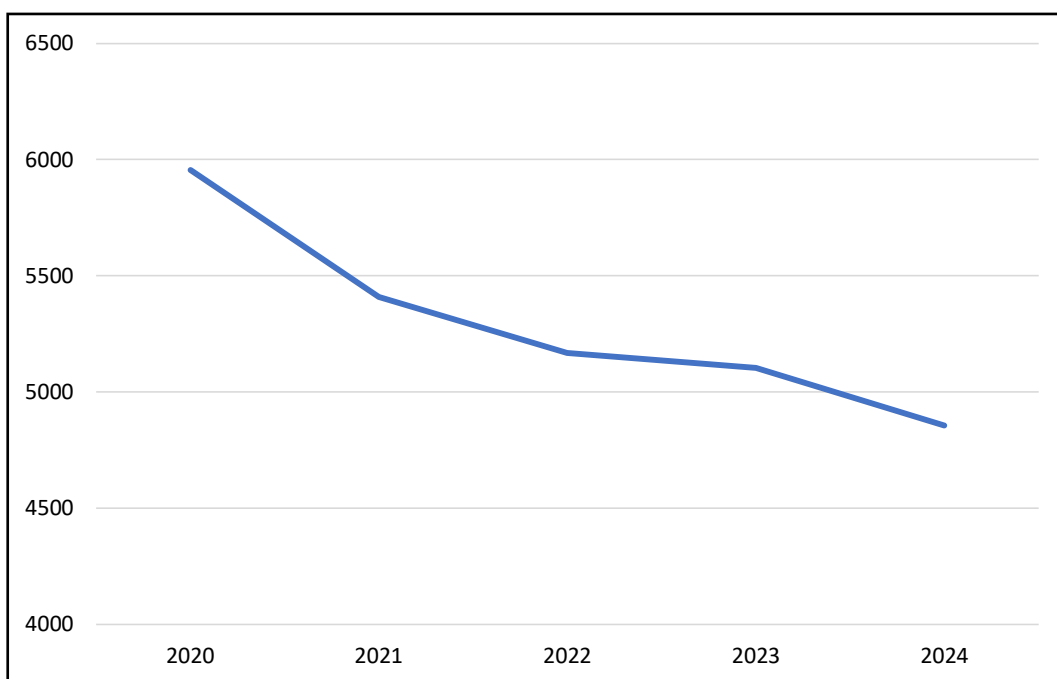
Kelengkapan dari fasilitas hotel merupakan aspek esensial dalam memberikan pengalaman bermalam yang memuaskan. Berbagai fasilitas seperti kamar dengan kenyamanan optimal, restoran dengan hidangan berkualitas, pusat kebugaran, area berenang, spa, serta fasilitas *leisure* dapat menjadi daya tarik bagi tamu untuk kembali menginap di properti yang sama. Bitner (1992) melalui konsep "*Servicescape*" menyatakan bahwa lingkungan fisik di mana layanan disediakan memiliki pengaruh yang substansial mengenai pandangan pelanggan terhadap mutu pelayanan serta derajat kepuasan konsumen.

Peran *Guest Relation Officer* (GRO) dalam industri perhotelan semakin diakui sebagai elemen strategis dalam membangun ikatan dengan tamu. GRO berfungsi sebagai mediator antara pihak hotel dan pengunjung, memastikan tingkat kepuasan tamu selama masa menginap, mengatasi keluhan, dan menciptakan pengalaman personal yang berkesan. Penelitian yang dilakukan Lo dkk. (2017) menekankan pentingnya personalisasi layanan dan hubungan interpersonal dalam membangun loyalitas konsumen di sektor perhotelan premium.

Hotel X telah memposisikan diri sebagai properti bintang lima yang menawarkan pengalaman menginap mewah dan eksklusif. Selain itu, merupakan salah satu hotel yang berusaha mempertahankan posisinya di tengah persaingan industri perhotelan yang ketat. Sebagai salah satu properti bintang lima terdepan di Kota Bandung, Hotel X telah melakukan berbagai upaya untuk membangun basis klien yang setia melalui program keanggotaan eksklusif. Program ini

dikembangkan untuk menyediakan beragam *benefit* dan *privilage* khusus bagi para tamu yang sering menginap, dengan harapan meningkatkan frekuensi kunjungan berulang dan menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Namun demikian, di tengah persaingan yang semakin ketat, upaya mempertahankan loyalitas anggota menjadi tantangan yang harus dihadapi.

Data berikut menunjukkan tren penurunan yang konsisten dalam jumlah anggota dari tamu *member* Hotel X Kota Bandung selama lima tahun terakhir. Jumlah anggota mengalami penurunan dari 5.954 anggota di tahun 2020 menjadi 4.856 anggota di tahun 2024. Secara keseluruhan, terjadi penurunan sebesar 1.098 anggota atau 18,44% dalam periode lima tahun.



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Jumlah *Member* Hotel Tahun 2020-2024

Sumber : Hotel X Resident Officer Kota Bandung

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2020 hingga 2024, menunjukkan pada tahun 2020, jumlah *member* Hotel X tercatat sebanyak 5.954 orang, menjadikannya titik tertinggi dalam rentang waktu observasi ini. Angka ini kemudian mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2021, di

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mana jumlah member berkurang menjadi 5.409 orang. Penurunan sebesar 545 member atau setara dengan 9,15% ini merupakan penurunan terbesar selama periode lima tahun yang diamati. Pada tahun 2022, jumlah member Hotel X terdata sebanyak 5.168 orang, menandai penurunan sebesar 241 anggota atau sekitar 4,46% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada tahun 2023, penurunan jumlah member relatif melambat dengan berkurangnya hanya 65 member atau sekitar 1,26%, sehingga total member menjadi 5.103 orang. Namun demikian, pada tahun 2024, penurunan kembali mengalami akselerasi dengan berkurangnya 247 member atau sekitar 4,84%, sehingga jumlah member Hotel X per tahun 2024 tercatat sebanyak 4.856 orang.

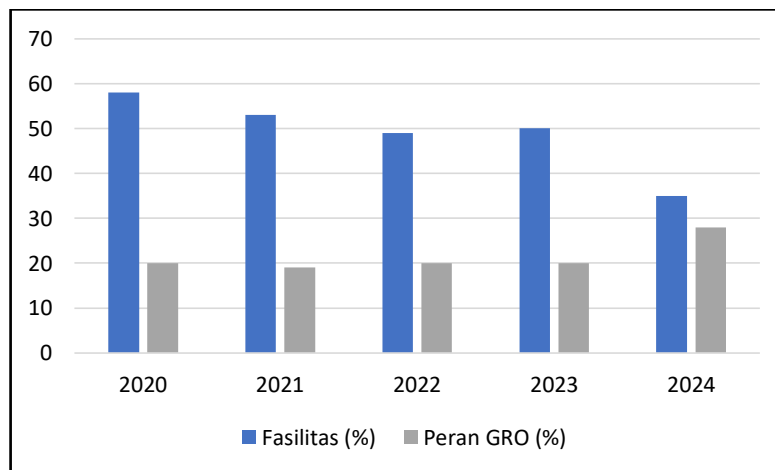
Secara keseluruhan, dalam kurun waktu lima tahun dari 2020 hingga 2024, Hotel X mengalami penurunan jumlah member sebanyak 1.098 orang atau setara dengan 18,44% dari total member di tahun 2020. Rata-rata penurunan tahunan selama periode lima tahun tersebut adalah sekitar 4,93%. Angka ini tentu tidak dapat diabaikan dan mengindikasikan adanya tantangan serius dalam mempertahankan loyalitas *member*.

Fenomena penurunan jumlah member yang paling signifikan pada tahun 2021 sangat mungkin berhubungan dengan dampak pandemi COVID-19 yang mencapai puncaknya pada periode tersebut. Pembatasan mobilitas, kekhawatiran kesehatan, dan kontraksi ekonomi global telah mempengaruhi industri pariwisata dan perhotelan secara keseluruhan, termasuk program keanggotaan hotel. Meskipun penurunan di tahun-tahun berikutnya tidak sedratis tahun 2021, tren penurunan yang konsisten mengindikasikan bahwa tantangan dalam mempertahankan keanggotaan tidak semata-mata disebabkan oleh faktor situasional seperti pandemi, tetapi juga mungkin terkait dengan faktor-faktor fundamental seperti fasilitas, kualitas pelayanan, dan peranan *guest relation officer* dalam menciptakan pengalaman menginap yang memuaskan. Perlambatan penurunan yang terjadi pada tahun 2023, di mana pengurangan jumlah member Hotel X hanya sebesar 1,26%, mungkin menandakan adanya upaya-upaya perbaikan yang dilakukan oleh pihak manajemen Hotel X dalam meningkatkan

kepuasan tamu dan memperkuat program loyalitas. Namun, peningkatan kembali persentase penurunan di tahun 2024 menjadi 4,84% mengisyaratkan bahwa upaya-upaya tersebut belum sepenuhnya efektif atau mungkin terdapat faktor-faktor lain yang perlu diidentifikasi dan diatasi.

Data ini semakin menguatkan pentingnya pelaksanaan penelitian komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas tamu, khususnya dalam konteks program keanggotaan di Hotel X Kota Bandung. Pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana fasilitas hotel dan peranan *guest relation officer* mempengaruhi loyalitas tamu, serta bagaimana kepuasan tamu memperkuat hubungan antara fasilitas hotel dan peranan *guest relation officer* dengan loyalitas tamu menjadi sangat penting dalam merumuskan strategi yang efektif untuk membalikkan tren penurunan jumlah *member*.

Ulasan tamu juga menjadi data penting bagi peneliti untuk mengukur sejauh mana fasilitas dan peran GRO Hotel X Kota Bandung berpengaruh kepada kepuasan tamu. Berikut merupakan ulasan berdasarkan *Trust You Member* pada Hotel X Kota Bandung.



Gambar 1. 2 Grafik Ulasan Member pada Hotel X Kota Bandung Tahun 2020-2024

Sumber: Trust You Hotel X Kota Bandung

Berdasarkan grafik ulasan member Hotel X Kota Bandung selama periode 2020 hingga 2024, dapat disimpulkan bahwa terjadi perubahan signifikan dalam

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

preferensi dan kepuasan member terhadap tiga aspek utama layanan hotel. Aspek fasilitas yang pada tahun 2020 mendominasi ulasan positif dengan persentase 58% mengalami penurunan konsisten hingga mencapai 35% pada tahun 2024. Sementara itu peran *Guest Relation Officer* (GRO) relatif stabil pada kisaran 19-20% selama empat tahun pertama, namun mengalami peningkatan signifikan menjadi 28% pada tahun 2024.

Pergeseran ini mengindikasikan adanya transformasi dalam prioritas pelanggan Hotel X, di mana apresiasi terhadap pelayanan dan interaksi personal dengan staf GRO semakin meningkat, sementara penilaian terhadap fasilitas fisik hotel mengalami penurunan. Fenomena ini mencerminkan perubahan preferensi konsumen dalam industri perhotelan yang lebih menghargai pengalaman personal dan kualitas pelayanan dibandingkan dengan ketersediaan fasilitas semata. Data ini menjadi landasan penting untuk menganalisis strategi manajemen dalam pengembangan layanan Hotel X Kota Bandung dalam menghadapi dinamika ekspektasi pelanggan di era modern.

Penelitian tentang pengaruh fasilitas dan peran *guest relation officer* terhadap loyalitas yang di mediasi oleh kepuasan tamu *member* di Hotel X Kota Bandung, dengan fokus pada anggota member Hotel X, diharapkan mampu memberikan wawasan serta rekomendasi strategis untuk menghentikan tren penurunan jumlah anggota dan bahkan mengubahnya menjadi tren pertumbuhan yang positif di masa depan. Identifikasi faktor-faktor yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan dan loyalitas tamu akan memungkinkan manajemen untuk mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien serta merancang program-program yang tepat dengan kebutuhan dan ekspektasi anggota *member* Hotel X.

Dapat dilihat dari penjelasan latar belakang yang sudah dijelaskan, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan *guest relation officer* terhadap loyalitas tamu di Hotel X Kota Bandung, khususnya dengan fokus pada anggota member Hotel X. Oleh karena itu, peneliti memiliki ketertarikan untuk melaksanakan studi mendalam terkait dengan “Pengaruh Fasilitas dan *Guest Relation Officer* terhadap Loyalitas yang di Mediasi oleh

Kepuasan Tamu *Member* di Hotel X Kota Bandung”. Temuan dari studi ini diharapkan bisa memberikan wawasan kepada manajemen Hotel X Kota Bandung dalam merumuskan strategi yang efektif untuk memperkuat loyalitas dengan menilai kepuasan tamu *member* serta mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah ketatnya persaingan industri perhotelan.

1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari hasil identifikasi permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diutamakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh fasilitas hotel terhadap loyalitas tamu *member* di Hotel X Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh peranan *guest relation officer* terhadap loyalitas tamu *member* di Hotel X Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas hotel dan peranan *guest relation officer* secara simultan terhadap loyalitas tamu *member* di Hotel X Kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan tamu *member* pada loyalitas di Hotel X Kota Bandung?
5. Bagaimana pengaruh fasilitas hotel terhadap kepuasan tamu *member* di Hotel X Kota Bandung?
6. Bagaimana pengaruh peranan *guest relation officer* terhadap kepuasan tamu *member* di Hotel X Kota Bandung?
7. Bagaimana pengaruh fasilitas hotel dan peranan *guest relation officer* secara simultan terhadap kepuasan tamu *member* di Hotel X Kota Bandung?
8. Bagaimana pengaruh fasilitas hotel dan *guest relation officer* terhadap loyalitas melalui kepuasan tamu *member* di Hotel X Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Menurut masalah yang telah dirumuskan di atas, oleh dari itu tujuan penelitian ini meliputi hal-hal berikut:

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas hotel terhadap loyalitas tamu *member* di Hotel X Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh peranan *guest relation officer* terhadap loyalitas tamu *member* di Hotel X Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas hotel dan peranan *guest relation officer* secara simultan terhadap loyalitas tamu *member* di Hotel X Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan tamu *member* pada loyalitas di Hotel X Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas hotel terhadap kepuasan tamu *member* di Hotel X Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui pengaruh peranan *guest relation officer* terhadap kepuasan tamu *member* di Hotel X Kota Bandung.
7. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas hotel dan peranan *guest relation officer* terhadap kepuasan tamu *member* di Hotel X Kota Bandung.
8. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas hotel dan *guest relation officer* terhadap loyalitas melalui kepuasan tamu *member* di Hotel X Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Studi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen perhotelan, khususnya berhubungan pada faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas tamu hotel.
2. Temuan dari penelitian ini diyakinkan bisa memperluas dan memperkaya kumpulan literatur akademik terkait hubungan antara fasilitas hotel, *guest relation officer*, kepuasan tamu member, dan loyalitas pelanggan dalam konteks industri perhotelan bintang lima di Indonesia.

3. Penelitian ini dapat berfungsi sebagai landasan bagi studi-studi lanjutan di masa mendatang yang berkaitan dengan program keanggotaan hotel dan strategi membangun loyalitas tamu dalam industri perhotelan.

1.4.2 Manfaat Praktis

A. Bagi Manajemen Hotel X Kota Bandung:

1. Memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas anggota member.
2. Menjadi dasar untuk pengembangan strategi peningkatan fasilitas dan peran *guest relation officer*.
3. Membantu dalam pengambilan keputusan terkait alokasi sumber daya untuk meningkatkan loyalitas tamu.
4. Memberikan rekomendasi untuk pengembangan program *member* agar lebih efektif dalam membangun loyalitas tamu.

B. Bagi Industri Perhotelan:

1. Memberikan pemahaman tentang pentingnya fasilitas, pelayanan, dan peranan *guest relation officer* dalam membangun loyalitas tamu.
2. Menyediakan informasi mengenai praktik terbaik dalam mengelola program keanggotaan hotel.
3. Menjadi referensi dalam pengembangan strategi pemasaran relasional di industri perhotelan.

C. Bagi Akademisi dan Peneliti:

1. Menyediakan data empiris mengenai hubungan antara fasilitas, pelayanan, *guest relation officer*, kepuasan tamu member, dan loyalitas tamu hotel.
2. Membuka peluang untuk penelitian lanjutan di bidang manajemen perhotelan dan perilaku konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab, yang mengacu pada Pedoman Karya Tulis Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2024, yang mencakup:

Indah Mutiara Sari, 2025

PENGARUH FASILITAS DAN GUEST RELATION OFFICER TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN TAMU MEMBER DI HOTEL X KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan..

BAB II: KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka yang mencakup konsep dan teori dasar penelitian, studi-studi sebelumnya yang relevan, kerangka konseptual, serta hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian yang diterapkan, mencakup desain penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur pengumpulan data, operasionalisasi variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil pengolahan data, analisis statistik, pengujian hipotesis, serta pembahasan mengenai temuan-temuan penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat ringkasan dari temuan penelitian, dampak baik secara teori maupun praktik, batasan penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya dan pihak Hotel X Kota Bandung.