

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Menurunnya pertumbuhan ekonomi dunia tentunya berimbas terhadap Indonesia khususnya pada penurunan neraca APBN. Salah satu program pemerintah untuk mendongkrak perekonomian yaitu dengan mengembangkan sector pariwisata. Sektor pariwisata punya target 20 juta wisatawan mancanegara (wisman) pada 2019. Tahun 2017 jumlah wisman yang masuk ke Indonesia menurut Kementerian Pariwisata (Kemenpar) mencapai 14,2 juta orang, termasuk pelintas batas (PLB) dan wisman khusus, atau meleset dari target awal sebesar 15 juta. Di waktu yang tersisa tinggal 2 tahun, Kemenpar harus mencapai target 20 juta wisman di luar PLB dan wisman khusus. Ini bukan sesuatu yang mudah, mengingat di regional kita harus bersaing dengan Thailand, Singapura, Vietnam dan sebagainya yang relatif secara SDM dan infrastruktur lebih siap dari Indonesia ([www.news.detik.com](http://www.news.detik.com) diakses 7 Agustus 2018).

Industri pariwisata di Indonesia semakin tumbuh dan berkembang. Keberadaan hotel pun tidak bisa dipisahkan karena menjadi kebutuhan wisatawan saat berwisata. Industri perhotelan merupakan sektor kunci dalam industri pariwisata dalam menghadapi persaingan global yang lebih ketat dari pada industri lainnya. Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah hotel terbanyak di Pulau Jawa. Pada tahun 2017 terdata sekitar 308 hotel berbintang yang ada di Jawa Barat dengan jumlah kamar 26.445 (Disparbud Jawa Barat, 2017). Dari semua provinsi yang ada di Jawa Barat, Kota Bandung merupakan daerah dengan jumlah hotel berbintang terbanyak. Terdata sekitar 110 hotel dengan jumlah kamar 11,077 kamar (Disparbud Jawa Barat, 2017). Ketua Persatuan Hotel dan Restoran (PHRI) di Jawa Barat yaitu Herman Muchtar mengatakan persaingan dalam bisnis perhotelan di Kota Bandung sangatlah ketat, bagi hotel yang tidak mempunyai inovasi maka hotel tersebut akan kalah bersaing dengan hotel lainnya ([www.pikiranrakyat.com](http://www.pikiranrakyat.com) diakses 5 Juli 2018).

Munculnya inovasi dalam bisnis perhotelan salah satunya yaitu berkembangnya konsep hotel Syariah yang berlatar belakang pada tren terkini di

Irfan Taufik Risda, 2019

*PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION*

*(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)*

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

Indonesia yaitu konsep pariwisata halal. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah yang diundangkan pada 17/1/2014, Usaha Hotel Syariah adalah usaha hotel yang penyelenggaraannya harus memenuhi kriteria Usaha Hotel Syariah yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan ([www.mysharing.com](http://www.mysharing.com) diakses 5 Juli 2018).

Pemerintah Indonesia membagi dua kategori untuk hotel Syariah yaitu Hilal 1 dan Hilal 2. Hilal 1 merupakan hotel syariah yang masih memiliki kelonggaran dalam aturan syariah misalnya, dalam hotel syariah Hilal 1 ini setiap makanan dan restoran dipastikan halal. Restoran atau dapur sudah ada sertifikasi halal dari MUI dan segala peralatan yang ada sama sekali tidak ada unsur tidak halal. Tidak ada daging hewan yang dilarang di sini, namun untuk minuman masih diperbolehkan menyediakan wine atau alkohol. Sedangkan untuk Hilal 2 segala hal yang tidak diperbolehkan dalam aturan syariah memang sudah diterapkan seperti semua fasilitas harus dengan ketentuan syariah. Saluran tv tidak ada channel MTV, penyeleksian tamu, semua fasilitas tidak ada alkohol dan secara operasional sudah memenuhi ketentuan syariah. Berikut data hotel Syariah di Kota Bandung

**TABEL 1.1**  
**DAFTAR HOTEL SYARIAH BERBINTANG DI KOTA BANDUNG**

Nama Hotel	Alamat	Klasifikasi
Ruby Hotel Syariah	Jl. Dr. Rubini No.4	Bintang 2
Noor Hotel	Jl. Madura No. 6	Bintang 3
Lingga Hotel	Jl. Soekarno Hatta No.464	Bintang 3
Narapati Indah Syariah Hotel	Jl. Pelajar Pejuang 45	Bintang 3
Orange Home Syariah	Jl. Babakan Jeruk	Bintang 2
The Naripan Hotel Syariah	Jl. Naripan 31	Bintang 3
Cinnamon Hotel Boutique Syariah	Jl. Dr Setiabudi 300	Bintang 3

Sumber : Tripadvisor, 2018

Cinnamon Hotel Boutique Syariah berdiri pada September tahun 2016 yang beralamat di jalan Setiabudhi No.300 Bandung. Cinnamon Hotel Boutique Syariah adalah satu satunya hotel di Indonesia yang mengusung konsep Boutique Syariah dan tergolong kategori Hilal 2. Saat memasuki lobby, tamu akan merasakan atmosfir seperti hotel di Kota Madinah dengan desain interior dan

Irfan Taufik Risda, 2019

*PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION*

*(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)*

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

music bernuansa Timur Tengah. Keunikan yang ditonjolkan dari hotel ini yaitu *welcome drink* berupa air zam zam dan kurma. Di setiap kamar terdapat speaker yang mengeluarkan adzan setiap kali masuk waktu shalat serta terdapat juga alat shalat yang dapat memudahkan tamu yang beragama Islam untuk beribadah. Dengan beberapa keunggulan yang dimiliki untuk tetap bersaing, tetap saja Cinnamon Hotel Boutique Syariah dihadapkan dengan permasalahan kepuasan. Berikut informasi mengenai *occupancy* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah

**TABEL 1.2**  
**DATA TINGKAT OCCUPANCY, ROOM OCCUPIED, DAN PERSENTASE**  
**TARGET OCCUPANCY DI CINNAMON HOTEL**  
**BOUTIQUE SYARIAH**  
**TAHUN 2017**

<b>Kuartal</b>	<b>Bulan</b>	<b>Occupancy</b>	<b>Room occupied</b>	<b>Persentase target occupancy</b>
1	Jan - Mar	42,7%	667	50%
2	Apr - Jun	45,3 %	825	50%
3	Jul - Sep	52,6%	1141	70%
4	Okt - Des	48,3%	912	70%

Sumber: Front Office Department, 2018

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa pencapaian *occupancy* Cinnamon Hotel Boutique Syariah dari bulan Januari sampai Desember mengalami fluktuatif dan tidak mencapai target. Penurunan *occupancy* terjadi pada kuartal ke 4 yaitu pada bulan Oktober-Desember turun sebesar 4,3%. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Dwiarti Nursodikah selaku *Executive Assistant Manager* Cinnamon Hotel Boutique Syariah menjelaskan bahwa tidak tercapainya target tersebut disebabkan oleh hotel yang masih baru dan kurangnya eksistensi hotel dikalangan masyarakat. Rendahnya tingkat *occupancy* ini salah satunya disebabkan oleh tamu yang masih merasa tidak puas terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan.

Salah satu alat yang untuk mengukur kepuasan di hotel adalah *guest comment card*. *Customer satisfaction* berperan penting dalam meningkatkan permintaan sebuah hotel, meningkatkan pada kinerja keuangan (Sun and Kim, 2013) dan efisiensi yang lebih tinggi (Assaf dan Magnini, 2012). Manajer dapat menganalisa informasi tentang kepuasan pada tamu yang menginap melalui

Irfan Taufik Risda, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**  
**(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)**

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

informasi yang didapatkan dari *guest comment card*. Permasalahan *customer satisfaction* tercermin dari hasil *guset comment card* tahun 2017 yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masih relative menurun. Berikut Tabel 1.3 data mengenai masalah dominan pada *guest comment card* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah

**TABEL 1.3**  
**MASALAH DOMINAN BERDASARAKAN *GUEST COMMENT CARD***  
**PERIODE OKTOBER-DESEMBER DI CINNAMON HOTEL**  
**BOUTIQUE SYARIAH TAHUN 2017**

Periode/Bulan	Faktor Penyebab Ketidakpuasan Konsumen					Puas	Total
	Fasilitas	Kualitas produk	Pelayanan Karyawan	Kenyamanan	Lain-lain		
Oktober	18	6	7	4	13	23	71
November	20	3	3	6	8	33	73
Desember	27	5	2	4	22	39	99
Total	65	14	12	14	43	95	243

Sumber: Front Office Department, 2018

. Dari data Table 1.3 masalah dominan berdasarkan *guest comment card* periode Oktober-Desember di Cinnamon Hotel Boutqieue Syariah tahun 2017 menunjukkan bahwa dari total 243 tamu yang mengisi *guest comment card*, terdapat 148 tamu yang tidak puas dan terdapat 95 tamu yang merasa puas. Dapat dilihat bahwa permasalahan terbanyak ditimbulkan dari segi fasilitas yang merupakan sesuatu yang untuk membuat tamu merasa puas. Hal-hal yang membuat tamu kurang puas itu seperti parkir yang kecil, koneksi internet yang tidak stabil, room service menu belum tersedia, kulkas di kamar tidak ada.

Selain *guest comment* yang berasal dari hotel, tamu juga menyampaikan keluhannya melalui *online reviews* di Trip Advisor serta OTA seperti Traveloka dan Agoda. *Online review* dapat diakses secara langsung oleh sejumlah besar tamu yang ingin menginap di sebuah hotel, dimana hal tersebut berisikan informasi positif dan negatifnya hotel tersebut. Berikut rekapitulasi beberapa tamu yang menyampaikan keluhannya tentang menginap di Cinnamon Hotel Boutique Syariah melalui *online reviews*. Berikut Tabel 1.4 contoh tanggapan

Irfan Taufik Risda, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**  
**(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)**

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

ketidakpuasan tamu menginap melalui *online review* pada Cinnamon Hotel Boutique Syariah

**TABEL 1.4**  
**CONTOH TANGGAPAN KETIDAK PUASAN TAMU MENGINAP**  
**MELALUI *ONLINE REVIEWS* PADA CINNAMON HOTEL**  
**BOUTIQUE SYARIAH TAHUN 2017**

No	Nama	Tanggapan Tamu	Sumber
1	Abdi Syarif	Tolong sediakan kulkas kecil dalam kamar. Untuk ukuran hotel seperti ini seharusnya disediakan	Traveloka Rating : 2 Bintang
2	Novi	Saluran di kamar mandi menyebabkan kegenang ke lantai	Tripadvisor Rating : 1 Bintang
3	Santoso	The hotel location just in the intersection between to lembang and kampung gajah, the parking car is very limited, the breakfast is oke, and clean hotel	Agoda Rating : 3 Bintang
4	M. Arif	Parkiran kecil/sempit, masih banyak kamar yang belum ready dan masih dalam tahap finishing, restonya tergolong kecil tapi dengan interior dan penataan bagus kesan kecilnya jadi hilang	Traveloka Rating : 1 Bintang
5	Hamzah	Hotel wasn't finished when we stayed here. The construction is very poorly done (uneven carpets, bad tiling etc) so it felt pretty uncomfortable to be inside. The food was alright but was pretty limited in options	Agoda Rating : 1 Bintang
6	Boniek Syahputra	Quite good so far..we can't give you review yet because we haven't had breakfast..more mineral water please	Traveloka Rating : 2 Bintang
7	Muna Syahrums	Fasilitasnya diperbaiki dan ditingkatkan lagi	Traveloka Rating : 3 Bintang
8	Gita Pratiwi	Wifi acces so unstable	Traveloka Rating : 2 Bintang
9	Tengku	Please provide more credit card facilities at resto..its hard to prepared cash money while there is no facilities around the hotel...make everything simple as you can do and no connecting room for family	Agoda Rating : 3 Bintang

Irfan Taufik Risda, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION  
(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)**

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

No	Nama	Tanggapan Tamu	Sumber
10	Martin Ovi	Small Kids Corner sangat kecil	Traveloka Rating : 2 Bintang

Sumber: Tripadvisor, Traveloka, Agoda 2017

Berdasarkan Tabel 1.4 rekapitulasi tanggapan ketidakpuasan tamu menginap melalui *online reviews* pada Cinnamon Hotel Boutique Syariah tahun 2016-2017 menunjukkan beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pihak hotel seperti area parkir yang kecil, fasilitas yang masih harus ditingkatkan dan pelayanan yang masih dirasa kurang memuaskan bagi tamu hotel. Semua *review* negatif tersebut dapat mempengaruhi niat calon tamu yang akan menginap di Cinnamon Hotel Boutique Syariah, maka dari itu pihak hotel mempunyai tugas penting untuk menanggulangnya.

Penelitian terdahulu menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* yaitu *price* (Chevers & Spencer, 2013), *service quality* (Lu & Berchoux, 2015), *service recovery* (Lovelock dan Wirtz 2016:511), dan *customer experience* (Ren, Qiu, Wang, & Lin, 2016). Wuest, Tas, dan Emenheiser (1996) membahas pentingnya berbagai fasilitas dan atribut hotel yang dianggap perlu untuk mencapai kepuasan (Alaan, 2016). Atribut tersebut seperti kebersihan, harga, lokasi, keamanan, layanan pribadi, daya tarik fisik, kesempatan untuk relaksasi, standar layanan, citra yang menarik, dan reputasi diakui sebagai faktor penentu penting dalam sejumlah penelitian. Cadotte dan Turgeon (1988) menunjukkan bahwa atribut hotel yang disebutkan dalam ulasan pelanggan dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang menunjukkan puas atau tidak puasnya tamu. Artinya, atribut dalam ulasan dapat mengungkapkan alasan kepuasan atau ketidakpuasan dari tamu tersebut (Jang, Liu, Kang, & Yang, 2018).

Strategi yang diimplementasikan oleh Cinnamon Hotel Boutique Syariah untuk meningkatkan *customer satisfaction* salah satunya identik dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad (2017) yang menyatakan bahwa terdapat empat faktor *hotel attributes* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*

Irfan Taufik Risda, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION**

**(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)**

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

yaitu *physical facilities*, *service attribute*, *convenient attribute*, dan *hotel image*. Hal tersebut dapat dilihat pada table 1.5

**TABEL 1.5**  
**IMPLEMENTASI *HOTEL ATTRIBUTES* DI CINNAMON**  
**HOTEL BOUTIQUE SYARIAH SEBELUM**  
**DAN SESUDAH TAHUN 2018**

No	Dimensi	Sebelum	Sesudah
1.	<i>Physical facilities</i>	Suasana lobby biasa saja dan tidak terlihat mewah dan terdengar lantunan musik timur tengah	Penambahan property seperti meja, kursi mewah dan aroma terapi. Lantunan musik diganti dengan lantunan bacaan ayat suci Al-Quran
		Lorong hotel biasa saja	Penambahan lukisan kaligrafi pada lorong hotel dan terdapat lantunan bacaan ayat suci Al-Quran di setiap lorong hotel
		TV di area <i>lobby</i> menayangkan video profil hotel	Pembaharuan peralatan beribadah yang tersedia di kamar seperti alat salat, Al-Quran, dan tasbih Terdapat <i>table sign</i> yang bertuliskan " Halal " pada meja buffet TV di area <i>lobby</i> menayangkan <i>live channel</i> Mekah
2.	<i>Service attributes</i>	Info kajian Muslimah hanya dapat dilihat di akun FB dan Instagram hotel tanpa melalui staff hotel	Staf FO memberikan info seputar kajian Muslimah yang diadakan oleh pihak hotel yang mana kajian tersebut tidak dikenakan biaya
3.	<i>Convenient attributes</i>	Terdapat 2 tempat beribadah yang pertama untuk umum dan yang kedua khusus wanita	Pemisahan tempat beribadah untuk pria dan wanita yang mana tempat beribadah pria terdapat di lantai 2 dan wanita di lantai 3.

No	Dimensi	Sebelum	Sesudah
4.	<i>Hotel image</i>	Al-Quran yang disediakan di kamar biasa saja	Pembaharuan Al-Quran edisi khusus diterbitkan oleh Cinnamon Hotel Boutique Syariah itu sendiri yang tersedia di setiap kamar  Perubahan tata <i>lobby</i> dengan nuansa seperti kerajaan nabi Sulaiman.

Sumber : Sales & Marketing Department Cinnamon Hotel Boutique Syariah

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas tersebut, untuk mengatasi masalah dan meningkatkan *customer satisfaction* dengan menilai pengaruh dari *hotel attributes* yang ada di hotel maka penting dilakukan sebuah penelitian mengenai **“Pengaruh *Hotel Attributes* terhadap *Customer Satisfaction*” Survei terhadap tamu yang menginap di Cinnamon Hotel Boutique Syariah**

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai *hotel attributes* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah?
2. Bagaimana gambaran mengenai *customer satisfaction* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah?
3. Bagaimana pengaruh *hotel attributes* terhadap *customer satisfaction* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai *hotel attributes* yang dirasakan oleh tamu di Cinnamon Hotel Boutique Syariah
2. Untuk memperoleh gambaran *customer satisfaction* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah

Irfan Taufik Risda, 2019

**PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION  
(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)**

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

3. Untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *hotel attributes* terhadap *customer satisfaction* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan dari tujuan penelitian, hasil penelitian diharapkan mempunyai kegunaan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh *hotel attributes* terhadap *customer satisfaction*, sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan, pengetahuan dan masukan bagi penulis untuk mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui bagaimana persepsi atau penilaian tamu terhadap Cinnamon Hotel Boutique Syariah dan memberi masukan kepada Cinnamon Hotel Boutique Syariah sehingga dapat meningkatkan *customer satisfaction* serta memberikan informasi kepada para pembaca mengenai Cinnamon Hotel Boutique Syariah.