

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam industri perhotelan, banyak studi empiris menunjukkan bahwa kepuasan tamu adalah indikator kuat niat untuk mengunjungi kembali, merekomendasikan tujuan kepada orang lain, dan profitabilitas perusahaan. Kepuasan tamu secara keseluruhan dipengaruhi oleh kepuasan atribut, yang dihasilkan oleh penilaian tamu tentang sejauh mana kinerja produk dan layanan dianggap telah memenuhi harapan dan keinginannya. Kim (2013) menunjukkan dampak relatif dari kepuasan atribut enam hotel sebagai acuan penting untuk kepuasan keseluruhan, "kebersihan dan kenyamanan kamar" dianggap sebagai faktor dasar dan masih penting terkait dengan kepuasan tamu secara keseluruhan sebagai atribut hotel yang paling banyak dipelajari dalam studi sebelumnya.

Banyak penelitian telah dilakukan tentang atribut hotel terkait dengan keputusan pilihan hotel sebagai bagian dari perilaku pra-pembelian. Keberhasilan dalam bisnis perhotelan bergantung pada pemahaman faktor-faktor kunci dalam menentukan kepuasan tamu karena kepuasan adalah elemen penting yang terkait dengan keuntungan masa depan perusahaan dengan meningkatkan loyalitas tamu. Tidak semua atribut hotel yang menciptakan nilai tamu selama pengalaman hotel sama dengan atribut yang mendorong pembelian. Misalnya, layanan yang dipersonalisasi karyawan bukan atribut dalam perilaku pra-pembelian, tetapi merupakan atribut penting dalam memengaruhi perilaku masa depan tamu. Lokasi hotel dan *brand*, yang dapat menjadi atribut penting dalam perilaku pra-pembelian, mungkin tidak sepenting refleksi pasca-pembelian (Kim, 2013).

Kim (2013) Kepuasan tamu adalah pengendali utama dari kesetiaan tamu. Sangat jelas untuk memastikan kepuasan tamu, kebanyakan hotel akan membuat tamunya merasa sangat puas. Sejak pelayanan di suatu perusahaan mengendalikan kesetiaan tamu di masa depan, tamu-tamu yang merasa sangat puas akan menunjukkan kesetiannya, seperti bekerja sama lebih lama dengan perusahaan, membeli produk perusahaan secara lebih sering, dan merekomendasikannya

kepada orang lain. Dari sikap tamu tersebut, perusahaan akan dengan mudah mendapat keuntungan. Kepuasan tamu memiliki dampak langsung terhadap pendapatan perusahaan. Untuk mengatur tingkat kepuasan tamu, perusahaan harus berkelanjutan meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada tamunya (Hill, Roche, & Allen, 2007). Sukses di bisnis perhotelan tergantung pada pemahaman kunci utama dalam mempertimbangkan kepuasan tamu karena kepuasan adalah elemen utama yang berhubungan dengan pendapatan perusahaan di masa depan dengan meningkatkan pelayanan kepada tamu (Anderson, Fornell, & Mazvancheryl, 2004).

Wuest, Tas, & Emenheiser (1996) mendefinisikan bahwa persepsi tentang atribut hotel sebagai tingkat dimana para tamu menemukan berbagai pelayanan dan fasilitas yang penting dalam memenuhi kepuasan tamu untuk menginap di sebuah hotel. Hotel atribut sangatlah penting dalam meningkatkan kepuasan tamu yang menginap di hotel. Sebagian besar wisatawan menyatakan bahwa atribut hotel sebagai faktor penting dalam pemilihan hotel: keramahan staf, fasilitas dan amenities hotel, lokasi, kualitas pelayanan yang sigap dan sopan, kualitas makanan, kebersihan dan kenyamanan kamar, keamanan dan kenyamanan, dan *value for money* (Kim, 2013).

Akomodasi memainkan peran sentral dan sangat mendasar bagi suatu destinasi wisata. Akomodasi dapat dengan sendirinya menjadi daya tarik wisata yang penting. Bahkan, terdapat sejumlah wisatawan yang mengunjungi tujuan wisata tertentu hanya karena ada hotel atau *resort* mewah kelas satu yang menyediakan layanan dan fasilitas terbaik. Beberapa negara seperti Swiss, Belanda, Perancis, Austria, dan Belgia telah mendapat reputasi untuk menyediakan akomodasi yang sangat baik dalam hal masakan, layanan, dan fasilitas mereka (Bafadhal, 2018).

Kota Jakarta merupakan Ibu Kota negara Indonesia. Kota Jakarta dikenal sebagai kota metropolitan yang padat oleh penduduk asli maupun pendatang. Selain sebagai pusat pemerintahan, Kota Jakarta juga memiliki banyak destinasi wisata seperti Monumen Nasional, Taman Mini Indonesia Indah, Taman Impian Jaya Ancol, dan beberapa tempat lainnya yang menawarkan keunikannya masing-masing. Sebagai ibu kota negara, Jakarta selalu didatangi wisatawan baik dari

Althur Sanjaya, 2019

PENGARUH ATRIBUT HOTEL TERHADAP OVERALL SATISFACTION PADA UPSCALE HOTEL DI KOTA JAKARTA

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

nusantara maupun mancanegara. Banyaknya wisatawan yang datang sukses membuat para pengusaha membangun hotel bintang maupun non bintang baik untuk waktu bersama keluarga, teman-teman, maupun keperluan bisnis.

Tabel 1. 1
Data Rekapitulasi Usaha dan Kamar Hotel Tahun 2018

Klasifikasi	Jumlah Kamar	Jumlah Akomodasi
Hotel Bintang 5	9261	30
Hotel Bintang 4	9576	34
Hotel Bintang 3	9665	57
Hotel Bintang 2	2285	35
Hotel Bintang 1	1120	33
Hotel Melati	1987	223
Motel	133	17
Hostel	13	1
Cottage	25	1
Wisma	30	6

Sumber: Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi DKI Jakarta

dan diolah oleh peneliti (2019)

Dapat dilihat pada tabel 1.1 bahwa Kota Jakarta telah menyediakan akomodasi yang sangat memadai bagi wisatawan. Dengan khasnya masing-masing, setiap hotel saling bersaing untuk memikat tamu untuk menginap di hotelnya. Tidak hanya hotel bintang satu, dua, dan tiga yang harus meningkatkan pelayanan dan fasilitasnya, hotel bintang empat maupun bintang lima juga harus memerhatikan hal tersebut. Jaminan kelengkapan atribut hotel dan profesionalitas karyawan harus didapatkan oleh tamu terutama pada *upscale hotel* dimana tamu sudah rela membayar mahal demi mendapatkan pelayanan kelas satu. *Upscale*

Althur Sanjaya, 2019

PENGARUH ATRIBUT HOTEL TERHADAP OVERALL SATISFACTION PADA UPSCALE HOTEL DI KOTA JAKARTA

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

hotel tentu memiliki kelengkapan atribut hotel, namun tetap saja ada ulasan yang kurang memuaskan dari berbagai tamu yang telah menginap di *upscale hotel* di Kota Jakarta yang dikutip dari www.tripadvisor.com. Berdasarkan ulasan yang dilansir dari website tersebut, terdapat beberapa tamu yang memberikan ulasan yang mengutarakan keluhannya terhadap *upscale hotel* di Kota Jakarta yang pernah dikunjunginya dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Ulasan-ulasan tersebut dipaparkan berdasarkan pengalaman yang didapatkan pada saat tamu tersebut menginap di *upscale hotel* yang ada di Kota Jakarta. Komentar-komentar keluhan tersebut diantaranya berisi *“Fasilitas di kamar tidak semua berfungsi baik. Untuk sekelas hotel bintang 5 masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Hal yang paling tidak menyenangkan adalah beberapa fasilitas di dalam kamar ada yang tidak berfungsi dengan baik, jadi sebenarnya perlu dipertanyakan lagi bagaimana fungsi kontrolnya.”* yang diposting oleh akun Benz E pada kolom ulasan Hotel Mulia Senayan. Selain itu akun bernama R. Kesuma Widjadja mengatakan *“Worst Hyatt Ever. I am a Hyatt member and totally disappointed with this service. Room is beyond clean, old and dusty.”* dalam ulasannya mengenai Hotel Grand Hyatt Jakarta. Pada kolom ulasan Hotel Mandarin Oriental Jakarta, pemilik akun yang bernama Hew K memberikan ulasannya yang berisi *“Pool is small and ugly. Pool is decorated with an ugly wooden board. Dinner buffet not worth it. Location is bad as you need taxi to even to cross the road.”* Ini berarti bahwa tamu memiliki harapan tinggi, tetapi kualitas layanan hotel masih rendah yang menunjukkan ketidakpuasan.

Tabel 1. 2

Ulasan dari Tamu pada *Upscale Hotel* di Kota Jakarta

No.	<i>Hotel Class</i>	Jumlah Peringkat oleh Tamu
1	Hotel Bintang Lima (28 hotel)	1. Luar Biasa: 23342 2. Bagus: 7913 3. Rata-Rata: 1561

		4. Buruk: 524 5. Sangat Buruk: 449
2	Hotel Bintang Empat (96 hotel)	1. Luar Biasa: 16370 2. Bagus: 15185 3. Rata-Rata: 6586 4. Buruk: 1894 5. Sangat Buruk: 1308

Sumber: www.tripadvisor.com, dan diolah peneliti (2019)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat presentase sebesar 69.1% tamu yang memberikan ulasan “luar biasa”, 23.4% tamu yang memberikan ulasan “bagus”, 4.6% tamu yang memberikan ulasan “rata-rata”, 1.6% tamu yang memberikan ulasan “buruk”, dan 1.3% tamu yang memberikan ulasan “sangat buruk” pada 28 hotel bintang lima di Kota Jakarta, sedangkan pada 96 hotel bintang empat terdapat presentase sebesar 39,6% tamu yang memberikan ulasan “luar biasa”, 36.7% tamu yang memberikan ulasan “bagus”, 15.9% tamu yang memberikan ulasan “rata-rata”, 4.6% tamu yang memberikan ulasan “buruk”, dan 3.2% tamu yang memberikan ulasan “sangat buruk”. Tetapi, ulasan-ulasan mulai dari rata-rata, buruk, dan sangat buruk tersebut jika dibiarkan saja mungkin membuat tamu mempertimbangkan ulang keputusannya untuk menginap di hotel tersebut. Terutama tamu yang komplek mengenai hotel tersebut kemungkinan besar tidak akan menginap kembali bahkan tidak merekomendasikan kepada keluarga atau temannya. Hotel pun menilai bahwa nilai rata-rata, buruk, dan sangat buruk dapat memengaruhi peringkat hotel pada *website* www.tripadvisor.com. Bahkan *General Manager* turun langsung membalas ulasan oleh tamu agar permasalahan yang pernah didapat menjadi *clear* dan berusaha agar tamu tersebut ingin menginap lagi di lain waktu. Oleh karena itu, layak untuk membahas topik ini untuk memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang hubungan antara kepuasan tamu dengan

Althur Sanjaya, 2019

PENGARUH ATRIBUT HOTEL TERHADAP OVERALL SATISFACTION PADA UPSCALE HOTEL DI KOTA JAKARTA

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

atribut hotel dan kepuasan keseluruhan dalam perspektif perilaku pasca-menginap. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pentingnya atribut hotel dan kepuasan dengan atribut hotel yang diidentifikasi oleh wisatawan, dan untuk menguji dampak relatif dari kepuasan atribut hotel dalam memengaruhi kepuasan keseluruhan. Penelitian ini dapat membantu memperluas pemahaman tentang atribut hotel dalam perspektif perilaku pasca-menginap dengan memeriksa hubungan antara kepuasan atribut dan kepuasan keseluruhan (Kim, 2013). Manajemen hotel akan mendapat manfaat dengan mengetahui mengapa konsumen pada umumnya memilih satu hotel daripada hotel lainnya. Pilihan hotel adalah cerminan dari kualitas atribut yang diinginkan tamu dan persepsi mereka tentang apakah atribut tersebut ada di hotel tertentu. Seseorang memilih hotel yang memberikan kombinasi terbaik dari atribut tersebut. Dengan demikian, sangat penting bagi hotel untuk memprioritaskan atribut yang dianggap penting oleh target pasar mereka. Untuk memaksimalkan peluang mereka untuk dipilih, manajemen hotel harus mengetahui seberapa puas tamu akan atribut hotel yang sudah disediakan dan atribut mana yang menjadi determinan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai *overall satisfaction* tamu dari permasalahan yang telah dipaparkan di latar belakang ini sebagai topik dengan mengambil judul **“Pengaruh Atribut Hotel terhadap Overall Satisfaction pada Upscale Hotel di Kota Jakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana atribut hotel pada *upscale hotel* di Kota Jakarta?
2. Bagaimana *overall satisfaction* pada *upscale hotel* di Kota Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh atribut hotel terhadap *overall satisfaction* pada *upscale hotel* di Kota Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis atribut hotel pada *upscale hotel* di Kota Jakarta.
2. Untuk menganalisis *overall satisfaction* pada *upscale hotel* di Kota Jakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh atribut hotel terhadap *overall satisfaction* pada *upscale hotel* di Kota Jakarta.

1.4 Kegunaan Penelitian

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

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu *hospitality*, khususnya mengenai atribut hotel dalam meningkatkan kepuasan tamu, serta dapat menambah pengetahuan dan wawasan baik bagi penulis maupun pembaca dalam mengembangkan ilmu *hospitality*.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak *upscale hotel* di Kota Jakarta, khususnya dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu yang dapat dipengaruhi oleh atribut hotel. Dengan demikian, hal tersebut dapat dijadikan bahan informasi serta masukan bagi pihak hotel guna memodifikasi dan mengambil kebijakan yang tepat dan sesuai dengan keadaan dan permasalahan yang dihadapi pihak hotel.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini merujuk pada peraturan Rektor UPI Nomor 6411/UN40/HK/2016 Tentang Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah UPI Tahun Akademik 2016 yang disusun sebagai berikut:

1. BAB I: Pendahuluan

Althur Sanjaya, 2019
PENGARUH ATRIBUT HOTEL TERHADAP OVERALL SATISFACTION PADA UPSCALE HOTEL DI KOTA JAKARTA

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

Dalam bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, struktur penulisan penelitian.

2. BAB II: Kajian Pustaka

Dalam bab ini berisikan kajian teori, hipotesis dan kerangka pemikiran.

3. BAB III: Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan lokasi penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional, instrumen penelitian, pengembangan instrumen penelitian, dan jenis dan teknik analisis data.

4. BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisikan pemaparan data dan pembahasan data hasil penelitian.

5. BAB V:

Kesimpulan dan Saran.

6. DAFTAR PUSTAKA

7. LAMPIRAN