

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan mengenai penelitian yang akan dilaksanakan. Dalam bab ini akan dibahas beberapa hal terkait penelitian diantaranya latar belakang dilakukan penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat dari penelitian tersebut serta struktur organisasi penelitian.

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam kehidupannya sehari-hari, manusia sering kali dihadapkan pada banyak pilihan dan banyak objek untuk diamatinya. Dalam mengamati, mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengambil keputusan pun setiap individu memiliki preferensi masing-masing yang menyebabkan hasil akhir dari evaluasi dan keputusan yang dibuat pun berbeda-beda. *Thinking style* atau gaya berpikir merupakan cara individu mengatur aktivitas atau menggunakan kemampuan yang dimilikinya dalam mengatur kehidupannya sehari-hari (Sternberg, 1997; Zhang, 2002). Berdasarkan definisi tersebut, bisa disimpulkan bahwa gaya berpikir merupakan salah satu aspek krusial dalam menentukan tindakan dan sikap individu. Nisbett, Peng, Choi, & Norenzayan (2001) membagi gaya berpikir menjadi dua tipe yaitu *analytic* dan *holystic*. Gaya berpikir analitik merupakan gaya berpikir yang cenderung menitikberatkan pada atribut objek untuk menetapkannya ke dalam kategori tertentu, dan preferensi untuk menggunakan peraturan tentang kategori tersebut untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku objek (Nisbett, Peng, Choi, & Norenzayan 2001; Becera, Badrinarayanan, & Kim, 2013). Gaya berpikir holistik diartikan sebagai gaya berpikir yang melibatkan orientasi ke dalam konteks atau bidang secara keseluruhan, termasuk memperhatikan hubungan antara objek fokus dan lapangan/bidang, dan preferensi untuk menjelaskan dan memprediksi kejadian berdasarkan hubungan tersebut (Nisbett, Peng, Choi, & Norenzayan 2001; Becera, Badrinarayanan, & Kim, 2013). Bisa disimpulkan

Berthy Dwi Baroqah, 2018

*GAYA BERPIKIR, KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG*

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

bahwa individu-individu dengan gaya berpikir berbeda akan memiliki cara yang berbeda saat memproses informasi yang diterimanya dan tentunya akan mempengaruhi kesimpulan yang dibuatnya. Dengan asumsi tersebut, maka peneliti ingin menguji apakah perbedaan gaya berpikir tersebut akan mempengaruhi tingkat kepuasan, kepercayaan, serta loyalitas individu dalam hal ini pelanggan hotel.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui bagaimana gaya berpikir mempengaruhi individu dalam konteks konsumen. Melalui salah satu penelitian diketahui bahwa bagi pemikir analitik (*Westerner*) yang cenderung tidak mempertimbangkan penyebab kekurangan atau kesalahan dalam suatu pelayanan, menyediakan kualitas pelayanan online yang unggul lebih esensial (Song, Swaminathan, & Anderson, 2015). Dengan kata lain, apabila terjadi kesalahan atau kekurangan pada saat karyawan melayani konsumen dengan gaya berpikir analitik, konsumen tersebut cenderung tidak akan mentoleransi kesalahan tersebut. Dalam menanggapi publisitas negatif mengenai suatu produk, pemikir analitik cenderung lebih mudah untuk mengubah sikap dan keyakinan yang dimilikinya sebelumnya (Monga & John, 2008). Jadi, apabila seorang pemikir analitik yang awalnya menyukai suatu produk mendengar berita negatif mengenai produk tersebut maka dia cenderung akan berhenti menggunakan produk tersebut.

Pemikir holistik cenderung mempertimbangkan penyebab dari suatu kejadian (Song, Swaminathan, & Anderson, 2015), sehingga apabila terjadi kesalahan saat karyawan melayani pemikir holistik cenderung bisa memaklumi atau menoleransi kesalahan tersebut. Dalam menanggapi publisitas negatif mengenai suatu produk, pemikir holistik cenderung mempertahankan sikap dan keyakinan yang dimilikinya sebelumnya terhadap suatu produk (Monga & John, 2008). Jadi, pemikir holistik cenderung tidak mudah terpengaruh oleh pemberitaan negatif mengenai suatu produk.

Lebih lanjut lagi, gaya berpikir mempengaruhi bagaimana konsumen bereaksi terhadap respon perusahaan dalam menghadapi keluhan kerusakan produk (Wang, Wang, Keller & Li, 2016).

Berthy Dwi Baroqah, 2018

GAYA BERPIKIR, KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG

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

Menurut Becerra, Badrinarayanan, & Kim (2013) gaya berpikir juga berperan dalam menentukan kepercayaan individu dimana dari penelitian tersebut diketahui bahwa pemikir holistik lebih cenderung menyamakan sikap dan kepercayaannya terhadap toko utama dengan toko online. Contohnya jika toko “bagus” membuka cabang toko online, pelanggan yang memiliki gaya berpikir holistik dan telah mempercayai toko “bagus” juga akan memiliki kepercayaan yang sama besar terhadap toko onlinenya. Dengan demikian, bila diaplikasikan kepada hotel maka konsumen dengan gaya berpikir holistik akan berpikir bahwa hotel dengan nama yang sama juga akan memiliki kualitas pelayanan maupun fasilitas yang sama pula di kota mana pun hotel tersebut berada.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk menguji pengaruh gaya berpikir pada tingkat kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan hotel. Peneliti memilih pelanggan hotel dikarenakan beberapa alasan, diantaranya adalah jangka waktu seorang pelanggan menginap di hotel yang cenderung lebih lama sehingga kemungkinan interaksi yang dilakukan pelanggan dengan pegawai hotel juga lebih banyak, dan banyaknya aspek-aspek lain yang bisa dipertimbangkan oleh pelanggan dalam mengevaluasi hotel tersebut, serta latar belakang pelanggan hotel yang bervariasi pula. Selama ini telah banyak penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan dan kepercayaan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Aryani & Rosinta (2010) menjelaskan bahwa dalam jangka pendek mempertahankan loyalitas pelanggan akan membawa profit dalam bisnis. Dengan asumsi demikian, beberapa penelitian telah dilaksanakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Minh & Huu (2016) diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menjadi faktor yang menyebabkan munculnya loyalitas pelanggan. Penelitian Febianto & Widiana (2013) menunjukkan bahwa pelayanan senyum, salam, sapa yang dilakukan petugas kasir mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pada penelitian tersebut diketahui bahwa konsumen yang mendapat pelayanan senyum, salam, sapa memiliki tingkat kepuasan yang lebih

Berthy Dwi Baroqah, 2018

GAYA BERPIKIR, KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG

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

tinggi dibandingkan dengan konsumen yang tidak mendapatkan pelayanan tersebut. Hotel merupakan salah satu industri penyedia jasa yang mengharuskan terjadinya interaksi dan komunikasi antar pihak perusahaan dengan pelanggan hotel, dalam hal ini pegawai hotel dengan tamu hotel. Pegawai hotel dituntut untuk menawarkan keramah-tamahan yang didalamnya termasuk senyum, salam, dan sapa kepada pelanggan atau tamu hotel sehingga hal tersebut menjadi salah satu tolak ukur yang digunakan pelanggan untuk memutuskan akan kembali berkunjung ke hotel tersebut atau tidak. Jika pelanggan merasa pelayanan hotel memuaskan maka akan memunculkan kepercayaan dalam diri pelanggan untuk kembali menggunakan jasa hotel tersebut.

Rai & Medha (2013) menghasilkan penelitian yang membuktikan bahwa tingkat komitmen dan kepercayaan konsumen menentukan tingkat loyalitas secara signifikan. Gounaris (2003) mengatakan bahwa kepercayaan tidak bisa dibangun secara instan, melainkan terbentuk melalui proses dimana pelanggan mempersepsikan akumulasi pengalamannya dalam menggunakan produk maupun jasa sebagai pengalaman yang memuaskan (Risdiyanto & Japariyanto, 2014). Berdasarkan penelitian yang telah disebutkan di atas bisa disimpulkan bahwa untuk membentuk loyalitas, pelanggan harus terlebih dahulu mendapatkan kepuasan dalam pengalamannya menggunakan jasa hotel selama berulang kali sehingga menghasilkan kepercayaan pelanggan yang mengarahkan pelanggan pada loyalitas terhadap hotel tersebut. Kepercayaan dan kepuasan sendiri bersifat subjektif bagi masing-masing individu sehingga bisa dipengaruhi oleh gaya berpikir (Becerra, Badrinarayanan, & Kim, 2013; Song, Swaminathan, & Anderson, 2015). Dari penjabaran di atas diketahui bahwa tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan menjadi prediktor tingkat loyalitas, selain itu diketahui pula bahwa gaya berpikir mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan sehingga sangat memungkinkan bahwa gaya berpikir juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tidak pernah mengambil sampel orang Indonesia, sebagai contoh

Berthy Dwi Baroqah, 2018

GAYA BERPIKIR, KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG

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

penelitian yang dilakukan Choi, Koo, & Choi (2007) mengambil sampel dengan etnis Amerika dan Korea begitupula dengan penelitian yang dilakukan oleh Becerra, Badrinarayanan, & Kim (2013). Penelitian mengenai gaya berpikir lainnya yang dilakukan oleh Song, Swaminathan, & Anderson (2015) mengambil sampel orang Amerika Eropa dan orang Cina. Dengan demikian, belum diketahui apakah orang Indonesia cenderung memiliki gaya berpikir analitik seperti orang Barat atau gaya berpikir holistik seperti orang Asia Timur maka penelitian gaya berpikir analitik-holistik ini cukup bermanfaat untuk mengetahui gaya berpikir orang Indonesia. Dari literatur yang ditemukan peneliti dan membahas mengenai peranan gaya berpikir terhadap kepuasan pelanggan dilakukan terhadap pelayanan online, namun belum ditemukan penelitian yang mengaitkannya dengan pelayanan langsung.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka judul penelitian ini adalah “Gaya Berpikir, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Hotel di Bandung.”

B. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya berpikir berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hotel?
2. Apakah gaya berpikir berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan?
3. Apakah gaya berpikir berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Bagaimana dinamika hubungan gaya berpikir, kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan?

Berthy Dwi Baroqah, 2018

GAYA BERPIKIR, KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG

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

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Pengaruh gaya berpikir terhadap kepuasan pelanggan hotel;
2. Pengaruh gaya berpikir terhadap kepercayaan;
3. Pengaruh gaya berpikir terhadap loyalitas pelanggan;
4. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan;
5. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan;
6. Dinamika hubungan gaya berpikir, kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi peneliti sendiri, para pembaca hasil penelitian, serta pihak-pihak lain yang berkepentingan. Manfaat yang diharapkan bisa dikontribusi melalui penelitian ini antara lain, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan berupa informasi, masukan, dan pemikiran bagi ilmuwan psikologi yang akan meneliti mengenai hal yang berhubungan dengan variabel dalam penelitian ini. Karena penelitian semacam ini jarang dilakukan oleh sarjana psikologi, maka penelitian ini diharapkan bisa memperkaya ilmu pengetahuan terutama di Bidang Psikologi Industri dan Psikologi Konsumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pengusaha hotel sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun program dan mengetahui aspek yang harus lebih dikembangkan dalam rangka mempertahankan loyalitas pelanggan hotel di Kota Bandung.

E. Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi dalam penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab; bab I pendahuluan, bab II kajian teori, bab III metode penelitian, bab IV hasil dan pembahasan, dan bab V kesimpulan dan saran.

Berthy Dwi Baroqah, 2018

GAYA BERPIKIR, KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG

Bab I Pendahuluan

Bab I dari skripsi ini merupakan penjelasan mengenai penelitian yang akan dilaksanakan. Dalam bab ini akan dibahas beberapa hal terkait penelitian diantaranya latar belakang dilakukan penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat dari penelitian serta struktur organisasi penulisan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka

Bab II dari skripsi ini mengkaji teori-teori dan penelitian-penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilaksanakan, kerangka pemikiran dan hipotesis dari penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian

Bab III ini menguraikan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional, instrumen penelitian, prosedur penelitian dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab IV dari skripsi ini berisi hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan dari hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian ini. Pada bab ini juga dijelaskan hasil temuan dari penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

Bab V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bab V berisi simpulan dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang diperoleh dari penelitian yang telah dilaksanakan, implikasi penelitian, serta rekomendasi yang bisa diberikan kepada berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian.

Berthy Dwi Baroqah, 2018

GAYA BERPIKIR, KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN HOTEL DI BANDUNG

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