BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri perhotelan saat ini telah diakui sebagai industri global, dengan produsen dan konsumen yang tersebar di seluruh dunia. Penggunaan fasilitas hotel seperti kamar, restoran, bar, klub malam, atau fasilitas olahraga sudah tidak lagi dianggap sebagai kemewahan. Bagi beberapa orang kini pelayanan menjadi komponen gaya hidup. Selain itu, permintaan dan penyediaan layanan perhotelan yang terus menerus meningkat akan menyebabkan persaingan yang ketat pada industri perhotelan.

Keberhasilan dalam bidang kepariwisataan yang dicerminkan antara lain dengan meningkatnya baik jumlah wisatawan mancanegara maupun wisatawan nasional. Meningkatnya jumlah wisatawan ini harus diimbangi dengan peningkatan dalam bidang pendukung lainnya seperti hotel atau akomodasi. Hotel merupakan sarana penting untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke suatu daerah atau lokasi wisata. Seiring dengan pertumbuhan perekonomian dan perkembangan pariwisata, hotel yang merupakan kegiatan pendukung pariwisata juga semakin meningkat jumlahnya. Menurut Oliver (dalam Hurriyati, 2010:129) Semakin meningkatnya jumlah wisatawan yang datang, bisa dikatakan jika kesetiaan (loyalitas) dari masing-masing wisatawan mulai muncul.

Melihat adanya peluang yang baik dan dapat dimanfaatkan di bidang pariwisata, maka banyak perusahan atau pengusaha yang berminat melakukan usaha dibidang jasa terutama perhotelan. Pada akhirnya terjadilah persaingan antar hotel untuk mendapatkan pengunjung atau konsumennya. Meningkatnya persaingan antar hotel menjadi keharusan bagi pengusaha maupun organisasi perhotelan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan akan menyebabkan masing-masing hotel memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya.

Selain kualitas layanan, konsumen juga akan melihat citra dari perusahaan tersebut. Contohnya yaitu pemilihan lokasi yang strategis atau mungkin karena hotel tersebut memiliki interior desain yang menarik dan faktor lainnya yang berpengaruh pada citra hotel. Jika citra suatu hotel tersebut kurang baik, konsumen tidak akan suka dengan produk atau jasa yang mereka tawarkan, sebaliknya jika citra dari hotel itu baik, maka konsumen pun akan merasa puas dan akan timbul rasa atau loyalitas pada hotel tersebut.

Manajer perhotelan percaya bahwa perusahaan dapat meningkatkan keuntungan mereka dengan memuaskan pelanggan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Kandampully & Suhartanto (2000) menunjukkan bahwa memuaskan pelanggan saja tidak cukup, karena tidak ada jaminan bahwa pelanggan yang puas akan kembali untuk membeli. Sekarang menjadi jelas bahwa loyalitas konsumen secara signifikan lebih penting dibandingkan dengan kepuasan tamu untuk kesuksesan bisnis dari suatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kandampully & Suhartanto (2000) mengatakan bahwa citra hotel dan kepuasaan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh *reception, housekeeping, food and beverage,* dan juga *price* adalah faktor yang berpengaruh penting pada loyalitas konsumen. Diantara faktor tersebut, penelitian yang dilakukan pada hotel di New Zealand yang paling berpengaruh secara signifikan yaitu pelayanan dari *housekeeping*.

Namun, penelitian tersebut mungkin saja berbeda jika dilakukan di tempat dan responden yang berbeda. Penelitian ini akan dilakukan di kota Bandung karena Bandung merupakan salah satu tujuan wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan. Jenis wisata di Kota Bandung ini sangat beragam dan terus menerus berinovasi sehingga banyak menghasilkan kawasan kawasan wisata baru. Maka dari itu banyak wisatawan yang datang ke Bandung untuk berlibur, berwisata dan bahkan sekedar melepas penat pekerjaan sehari-hari. Hotel biasanya hanya digunakan sebagai tempat beristirahat saja. karena tujuan wisatawan datang ke Bandung yaitu untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Selain itu juga kota Bandung terkenal dengan wisata kulinernya maka dari itu,

wisatawan lebih banyak menghabiskan waktu diluar hotel daripada berlibur di dalam hotel. Berikut ini adalah tabel jumlah hotel yang ada di kota Bandung:

Tabel 1.1

Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung 2016

Klasifikasi	Jumlah	Kamar
Hotel Bintang 5	9	1.870
Hotel Bintang 4	32	3.651
Hotel Bintang 3	42	3.507
Hotel Bintang 2	25	1.500
Hotel Bintang 1	10	328
Non Bintang	218	6.041
Jumlah	336	16.897

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2016)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumah hotel di Kota Bandung mulai dari hotel bintang lima sampai non bintang sangat banyak. Herman (2017) mengungkapkan bahwa jumlah hotel di Bandung sudah terlalu banyak, sedangkan okupansi begitu rendah. Hal tersebut menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Pada penelitian ini hotel yang dijadikan tempat penelitian yaitu *midscale hotel* yang ada di Kota Bandung. *Midscale hotel* sendiri adalah hotel skala bintang tiga dan bintang tiga setengah. Menurut kepala BPS Jabar Dody Herlando di Bandung bahwa hotel bintang tiga ternyata paling banyak diminati dengan persentase 60%.

Berdasarkan uraian tersebut maka perlu adanya penelitian untuk mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas tamu pada hotel bintang tiga di kota Bandung. Penelitian ini dapat membantu manajer hotel atau para pengusaha di bidang perhotelan menerapkan strategi yang akan memastikan bahwa hotel akan menerima loyalitas dari konsumen dan juga untuk mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dengan kompetitor

lainnya. Maka dari itu, berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini berjudul "PENGARUH CITRA HOTEL DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS TAMU PADA HOTEL BINTANG TIGA DI KOTA BANDUNG"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra hotel terhadap loyalitas tamu pada hotel bintang tiga di kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas tamu pada hotel bintang tiga di kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh dari citra hotel dan kepuasan secara simultan mempengaruhi loyalitas tamu pada hotel bintang tiga di kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai yaitu:

1. Mengidentifikasi pengaruh citra hotel terhadap loyalitas tamu pada hotel bintang tiga di kota Bandung.
2. Mengidentifikasi pengaruh kepuasan tamu terhadap loyalitas tamu pada hotel bintang tiga di kota Bandung.
3. Menganalisis pengaruh dari citra hotel dan kepuasaan terhadap loyalitas tamu pada hotel bintang tiga di kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Praktisi
   a. Bagi penulis

Dengan dilakukanya penelitian ini diharapkan penulis mendapatkan lebih banyak pengetahuan dan ilmu mengenai pariwisata khususnya mengenai bisnis akomodasi atau perhotelan.

b. Bagi instansi

Manfaat bagi pemerintah adalah diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan atau pertimbangan untuk pengelolaan dan pengembangan akomodasi di daerah Kota Bandung.

c. Bagi pengelola

Bagi pengelola, diharapkan dapat memberi pengetahuan pada pihak manajemen hotel yang berhubungan dengan citra hotel yang membuat tamu merasa puas dan bersedia kembali memilih hotel tersebut untuk menginap di kemudian hari.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pengetahuan mengenai pengaruh dari citra hotel dan kepuasan terhadap loyalitas tamu, serta menjadi referensi pustaka bagi penelitian-penelitan selanjutnya.

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan dari judul penelitian yaitu **"Pengaruh Citra Hotel dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Tamu Pada Hotel Bintang Tiga di Kota Bandung"**

a. Citra Hotel

Citra hotel merupakan kesan secara menyeluruh dari suatu organisasi atau perusahaan/hotel yang dibangun dari hasil pengalaman, dari mulut ke mulut dan iklan. (*Kandampully & Suhartanto 2000)*

b. Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan harapannya. *(Tjiptono, 2008: 169)*

c. Loyalitas

Loyalitas pelanggan adalah keputusan konsumen untuk setia atau loyal terhadap satu merek produk yang telah memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dalam jangka waktu yang panjang dibandingkan membeli produk dengan merek baru.

1.6 Sistematika Penulisan

Proposal ini disusun sebagai langkah awal penyusunan skripsi dengan menginduk pada sistematika penulisan yang tercantum pada buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UPI 2016. Berikut sistematika yang digunakan:

JUDUL

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

1. BAB I: PENDAHULUAN

   Berisi mengenai penjabaran latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

2. BAB II: KAJIAN PUSTAKA

   Berisi teori-teori para ahli yang mendukung penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

   Berisi mengenai metode yang digunakan dan penjelasan seperti Desain penelitian, Lokasi, Variabel, Definisi Oprasional, Instrumen Penelitian, dan Teknik Pengumpulan Data.

4. BAB IV: TEMUAN DAN PEMBAHASAN

   Berisi mengenai temuan dalam penelitian yang dilakukan serta hasil pembahasan dalam penelitian yang dilakukan.

5. BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

   Berisi kesimpulan akan jawaban rumusan masalah penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN