

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tingkat pertumbuhan pariwisata yang sangat tinggi di dunia saat ini. Peran pariwisata sangat penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Bagaimana tidak, wisatawan rela mengeluarkan uang yang begitu besarnya untuk menikmati, membahagiakan diri sendiri dan menghabiskan waktu luang mereka hanya dalam hitungan hari saja.

Wisatawan nasional di Indonesia begitu beragam. Dengan keberagaman itu kegiatan wisata yang dikunjungi pun berbeda dan jumlah wisatawan nasional yang berkunjung ke sebuah destinasi wisata mulai melihatkan peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dibuktikan oleh data perkembangan wisatawan nasional sebagai berikut :

**Tabel 1. 1 Perkembangan Wisnas (Wisatawan Nasional) Tahun 2011-2016**

Tahun	Wisatawan Nasional		Rata-Rata Pengeluaran Per Orang (USD)		Rata-Rata Lama Tinggal (Hari)	Total Pengeluaran Selama Di Luar Negeri (Juta USD)
	Jumlah	Pertumbuhan (%)	Per Kunjungan	Per Hari		
2011	6.750.416	8,26	934,50	121,53	7,67	6.308
2012	7.453.633	10,42	926,20	127,00	7,67	6.904
2013	8.024.876	7,66	912,31	140,39	6,49	7.321
2014	7.899.070	-1,57	Data Tidak Tersedia			
2015	7.908.534	0,12	Data Tidak Tersedia			
2016	6.677.918	1,97	Data Tidak Tersedia			

**Sumber: Pusdatin Kemenparekraf & BPS, 2016**

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa wisatawan nasional Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat. Namun, pada tahun 2016 lalu wisatawan Indonesia yang melakukan kegiatan pariwisata turun menjadi enam juta wisatawan dari tujuh juta wisatawan.

Indonesia memiliki 34 provinsi yang mana disetiap provinsi memiliki destinasi wisata yang menarik dan selalu dikunjungi oleh wisatawan lokal. Salah satu provinsi tersebut adalah Jawa Barat. Provinsi Jawa Barat dalam satu tahun terakhir menjadi destinasi wisata yang begitu diminati oleh wisatawan mancanegara dan domestik. Kekayaan budaya yang dimiliki oleh Jawa Barat menjadi magnet tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung. Destinasi wisata yang di berikan begitu beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, hingga wisata kuliner Jawa Barat. Di bawah ini adalah tabel jumlah wisatawan di Provinsi Jawa Barat:

**Tei Novrialdy Putra, 2019**

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

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

**Tabel 1. 2 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Di Provinsi Jawa Barat 2012 - 2016**

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2012	1.905.378	42.758.063	44.663.441
2013	1.794.401	45.536.179	47.357.580
2014	1.962.639	47.992.088	49.954.727
2015	2.027.629	56.334.706	58.362.335
2016	4.428.094	58.728.666	63.156.760

**Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, 2017**

Berdasarkan data di atas jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat dari tahun ke tahun terus bertambah. Ini adalah bukti bahwa Jawa Barat sudah dapat bersaing dengan provinsi – provinsi besar di Indonesia. Kota Bandung menjadi destinasi wisata yang sering dikunjungi di Jawa Barat. Bagaimana tidak, Kota Bandung menjadi pusat dari destinasi wisata Jawa Barat. Di bawah ini adalah jumlah kunjungan wisatawan Kota Bandung:

**Tabel 1. 3 Jumlah Wisatawan Kota Bandung Tahun 2016**

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

**Sumber: PPID Kota Bandung, 2017**

Berdasarkan data di atas wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung terus meningkat. Akan tetapi pada tahun 2016 jumlah wisatawan turun secara signifikan. Namun, ini tidak mempengaruhi Kota Bandung sebagai salah satu kota besar yang mana destinasi wisatanya sangat diminati oleh wisatawan.

Ada begitu banyak industri penunjang dalam kegiatan pariwisata. Salah satunya adalah penginapan yang memiliki berbagai jenis akomodasi penginapan. Salah satu bentuk akomodasi penginapan

**Tei Novrialdy Putra, 2019**

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

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

adalah hotel. Menurut Wiyasha (2010:5) hotel merupakan usaha yang mencari laba sebagai hasil akhir aktivitas bisnisnya. Di Kota Bandung sendiri sudah begitu banyak hotel yang telah berdiri untuk memenuhi para wisatawan yang berkunjung. Mulai dari hotel bintang 5 hingga bintang 1 (melati).

**Tabel 1. 4 Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung, 2016**

No.	Kategori Hotel	Jumlah	Jumlah Kamar
1.	Hotel Bintang 5	9	1.870
2.	Hotel Bintang 4	32	3.651
3.	Hotel Bintang 3	42	3.507
4.	Hotel Bintang 2	25	1.500
5.	Hotel Bintang 1	10	382
6.	Non Bintang	218	6.041

**Sumber: PPID Kota Bandung, 2017**

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa telah menjamurnya hotel – hotel yang ada di kota Bandung. Dari hotel–hotel yang ada manajemen memberikan beberapa fasilitas yang dapat menunjang dan memberi kenyamanan bagi para pelancong wisata. Salah satu fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel adalah restoran. Restoran sendiri banyak menyediakan variasi makanan dan minuman sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan pelanggan, mulai dari *appatizer*, *maincourse*, *dessert*, *drink* dan lain sebagainya.

Tos Raos *Coffee Shop* adalah salah satu restoran yang ada di dalam Aston Braga Hotel & Residence yang terletak di Jl. Braga No.99 - 101, Braga, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Di Tos Raos *Coffee Shop* terdapat berbagai macam varian makanan yang disajikan. Mulai dari makanan tradisional, western dan oriental berupa *appetizer*, *soup*, *maincourse* dan *dessert*. Berikut adalah daftar varian makanan, harga, volume penjualan dan total penjualan:

**Tabel 1. 5 Daftar Penjualan Menu di Tos Raos *Coffee Shop* Aston Braga Tahun 2017**

NO	Daftar Menu	Harga	Total Volume Penjualan (porsi)	Pendapatan
	<b>Tos Raos Specialities</b>			
1	Sop Buntut	Rp 90,000.00	22	Rp 1,980,000.00
2	Hainan Chicken Rice	Rp 85,000.00	2	Rp 170,000.00

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

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

NO	Daftar Menu	Harga	Total Volume Penjualan (porsi)	Pendapatan
3	Tongseng Kambing	Rp 70,000.00	6	Rp 420,000.00
4	Ayam Pesisir	Rp 65,000.00		Rp -
5	Nasi Galor Komplit	Rp 65,000.00		Rp -
6	Ayam Lada Garam	Rp 65,000.00	11	Rp 715,000.00
7	Soto Bandung	Rp 65,000.00	10	Rp 650,000.00
8	Sop Iga Garang Asam	Rp 65,000.00	11	Rp 715,000.00
9	Chicken Wings	Rp 30,000.00	21	Rp 630,000.00
10	Nasi Tutug Oncom	Rp 70,000.00		Rp -
	<b>For Your Appetite</b>			
11	Chicken Caesar Salad	Rp 65,000.00	5	Rp 325,000.00
12	Chef's salad	Rp 65,000.00	5	Rp 325,000.00
13	Gado gado	Rp 40,000.00	10	Rp 400,000.00
14	Karedok	Rp 40,000.00		Rp -
	<b>Soup's Up</b>			
15	Tom yum Goong	Rp 65,000.00	1	Rp 65,000.00
16	Soto Ayam	Rp 55,000.00		Rp -
17	Choice of cream Soup	Rp 65,000.00	5	Rp 325,000.00
	<b>Burger &amp; Sandwiches</b>			
18	Cheese Burger	Rp 75,000.00		Rp -
19	The Aston Club Sandwich	Rp 75,000.00	13	Rp 975,000.00
20	Tuna Sandwich	Rp 65,000.00	3	Rp 195,000.00
21	Aston Club Lama	Rp 60,000.00		Rp -
	<b>The Fried Rice</b>			
22	Nasi goreng Tos raos	Rp 65,000.00	43	Rp 2,795,000.00
23	Nasi goreng Jambal	Rp 65,000.00	4	Rp 260,000.00
24	Nasi goreng kambing	Rp 70,000.00	12	Rp 840,000.00

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

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

NO	Daftar Menu	Harga	Total Volume Penjualan (porsi)	Pendapatan
25	Nasi goreng Seafood Oriental	Rp 70,000.00	16	Rp 1,120,000.00
26	Mie, Kwetiau or Bihun ( Noodles )	Rp 65,000.00	7	Rp 455,000.00
	<b>Pasta-Fiesta</b>			
27	Aglio Olio	Rp 75,000.00		Rp -
28	Carbonara	Rp 75,000.00	3	Rp 225,000.00
29	Bolognaise	Rp 75,000.00	8	Rp 600,000.00
30	Napolitaine	Rp 75,000.00	3	Rp 225,000.00
31	Spicy Tuna	Rp 75,000.00	2	Rp 150,000.00
32	Al Pesto	Rp 75,000.00		Rp -
	<b>Our Charcoal Grill</b>			
33	Lamb Rack	Rp 160,000.00	5	Rp 800,000.00
34	Tenderloin	Rp 160,000.00	6	Rp 960,000.00
35	Sirloin	Rp 160,000.00	5	Rp 800,000.00
36	Grill Salmon Pasta	Rp 150,000.00	3	Rp 450,000.00
37	Chicken	Rp 130,000.00		Rp -
38	BBQ ranch Chicken	Rp 80,000.00		Rp -
	<b>The Sweet Thing</b>			
39	Exotic tropical fruit	Rp 40,000.00	1	Rp 40,000.00
40	Pisang goreng	Rp 45,000.00	12	Rp 540,000.00
41	Avocado cake	Rp 60,000.00		Rp -
42	Rappan Ice Cream	Rp 40,000.00	2	Rp 80,000.00
43	Scoop of ice cream	Rp 35,000.00	2	Rp 70,000.00
	<b>TOTAL</b>		259	Rp 18,300,000.00

Sumber: F & B Aston Braga Hotel & Residence

Berdasarkan data dari tabel 1.5 dapat dilihat jumlah penjualan pada beberapa item menu di Tos Raos *Coffee Shop* belum optimal bahkan dalam kurun waktu setahun terdapat menu yang hanya terjual

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

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

kurang dari 10 porsi. Pada menu tersebut juga terlihat bahwa ada beberapa menu makanan yang memiliki harga yang sangat tinggi akan tetapi hanya sedikit terjual dan bahkan ada beberapa yang tidak terjual sama sekali. Di sini dapat diartikan bahwa volume penjualan makanan yang ditawarkan pada pelanggan terlalu tinggi atau dari segi rasa yang kurang sesuai dengan minat konsumen di mana mengakibatkan penjualan makanan menurun.

Tujuan dari setiap bisnis akomodasi penginapan atau hotel tentunya memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Maka dari itu pihak hotel berupaya untuk selalu meningkatkan keamanan dan kenyamanan pelanggan baik dari segi makanan dan minuman maupun dari segi fasilitas yang akan diberikan kepada pelanggan.

Dalam segi makanan, manajemen harus bisa mengelola dan menentukan kebijakan bagaimana makanan tersebut dapat memberi keuntungan bagi hotel. Dengan pengelolaan dan penentuan kebijakan yang baik, maka manajemen akan mudah dalam mendapatkan keuntungan. Dalam pemenuhan tersebut, pihak hotel akan berupaya untuk memberikan pelayanan yang nyaman dan aman bagi para pelanggan, agar kepuasan para pelanggan terus berlanjut untuk menggunakan pelayanan mereka.

*Price Fairness* juga menjadi salah satu patokan yang harus diperhitungkan bagi para pelaku bisnis hotel. Karena *price fairness* dapat menjadi indikator para pelanggan untuk memutuskan membeli makanan tersebut. Hal ini menjadi acuan bagi para pengusaha dalam menentukan kepuasan para pelanggannya terhadap menu makanan yang mereka tawarkan.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu patokan bagi para pengusaha untuk menghadapi persaingan dengan pengusaha lain. Menurut Daryanto & Setyobudi (2014:127), kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Kepuasan pelanggan juga sangat berpengaruh bagi pengusaha dalam melakukan penghematan biaya dan mendapatkan laba yang diinginkan. Dengan adanya tahapan ini, pengusaha dapat membandingkan apa yang membuat para pelanggan merasa puas dan apa yang membuat mereka tidak puas.

Berdasarkan latar belakang ini penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang ada dengan judul "Analisis Pengaruh *Price Fairness*

terhadap Kepuasan Pelanggan di Tos Raos *Coffee Shop* Aston Braga Hotel & Residence.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun bentuk masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana *price fairness* di Tos Raos *Coffe Shop* Aston Braga Hotel & Residence Bandung?
- 2) Bagaimana kepuasan pelanggan di Tos Raos *Coffe Shop* Aston Braga Hotel & Residence Bandung?
- 3) Bagaimana pengaruh *price fairness* terhadap kepuasan pelanggan di Tos Raos *Coffe Shop* Aston Braga Hotel & Residence Bandung?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan penelitian yang peneliti lakukan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui gambaran dari *price fairness* di Tos Raos *Coffe Shop* Aston Braga Hotel & Residence Bandung
- 2) Untuk mengetahui gambaran dari kepuasan pelanggan di Tos Raos *Coffe Shop* Aston Braga Hotel & Residence Bandung
- 3) Untuk mengetahui pengaruh dari *price fairness* terhadap kepuasan pelanggan di Tos Raos *Coffe Shop* Aston Braga Hotel & Residence Bandung

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti berguna untuk mencapai manfaat sebagai berikut:

- 1) Secara Teoritis

Penelitian yang dilakukan akan sangat berguna dalam meningkatkan keilmuan penulis. Di mana penulis akan terus belajar tentang bagaimana pengaruh dari *price fairness* terhadap kepuasan pelanggan. Dan penulis juga berharap penelitian ini dapat berguna bagi para penulis lainnya sebagai bentuk referensi.

- 2) Secara Empiris

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi Aston Braga Hotel & Residence, karena penelitian ini akan membantu pihak hotel dengan mengetahui apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi dengan benar atau belum. Ini juga salah satu bentuk memudahkan hotel dalam peningkatan penjualan.

Tei Novrialdy Putra, 2019

**ANALISIS PENGARUH PRICE FAIRNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOS RAOS COFFEE SHOP ASTON BRAGA HOTEL & RESIDENCE**

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

Dengan ini pihak hotel dapat memberikan keadilan akan suatu harga yang baik bagi konsumen.