

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Hotel merupakan suatu industri yang bergerak dibidang jasa yang bertujuan untuk melayani tamu melalui pelayanan yang berkualitas (Amalia et al., 2017). Dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif, kualitas pelayanan menjadi variabel yang sangat penting dalam menentukan kesuksesan suatu bisnis (Shandy et al., 2014). Dalam hal ini, pelayanan memegang peranan penting di dalam industri perhotelan dimana hotel diharuskan memiliki bentuk pelayanan yang terbaik untuk ditawarkan kepada tamunya. Kualitas pelayanan, khususnya pada industri jasa perhotelan akan mengarahkan pada tercapainya kepuasan tamu yang selanjutnya menimbulkan loyalitas. Kualitas pelayanan yang menjadi suatu urgensi tersendiri tersebut, mendorong setiap hotel untuk berusaha membuat inovasi ataupun kreativitas guna memperluas pasar tamu hotelnya dalam jangka waktu panjang. Dengan motivasi tersebut, diharapkan akan terjadi suatu iklim kompetisi yang baik dan sehat dalam industri perhotelan. Pelayanan yang baik dari suatu perusahaan atau penyedia jasa, *in casu* industri perhotelan adalah suatu hal yang semestinya menjadi prioritas bagi pelaku usaha. Pelayanan yang baik ini selaras dengan apa yang dikatakan oleh (Wisnalmawati, 2005) bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat kelebihan yang diekspektasikan dan pengelolaan atas tingkat kelebihan untuk pemenuhan keinginan tamu. Berdasarkan hal tersebut, tingkat kualitas pelayanan yang diberikan akan diukur oleh tamu, semakin baik tingkat pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan dan loyalitas tamu, maka dapat dikatakan kualitas dari pelayanan tersebut baik, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan tamu, maka tamu akan merasa tidak puas dan menjadi tidak loyal sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan tersebut belum optimal atau buruk. Selain itu, dengan kualitas pelayanan hotel yang memadai di suatu daerah, secara langsung akan menunjang tumbuhkembangnya sektor pariwisata pada daerah tersebut, tidak terkecuali di kota Bandung.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang merasakan dampak dari berkembangnya sektor pariwisata. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik kota

Bandung (BPS Kota Bandung), wisatawan yang berkunjung ke Bandung selalu meningkat dari tahun ke tahun. Hal tersebut menjadi dorongan bagi Pemerintah Kota Bandung untuk mendukung sektor pariwisata, industri pariwisata bahkan pelakunya. Pelaku pariwisata dalam dunia industri jasa perhotelan yang tersedia di kota Bandung, salah satunya terdiri dari hotel non bintang, apartemen hingga hotel mewah bintang 5 (lima). Peningkatan jumlah hotel mengakibatkan persaingan yang ketat pada industri perhotelan di kota Bandung. Pihak hotel berlomba-lomba untuk meningkatkan daya saing dengan selalu menciptakan diferensiasi bagi bisnisnya untuk mempertahankan tamu serta menjangkau tamu baru yang lebih banyak, dengan harapan tamu tersebut merasa puas dan loyal, tidak terkecuali bagi hotel InterContinental Bandung Dago Pakar yang merupakan hotel mewah bintang 5 (lima) di kota Bandung.

InterContinental Bandung Dago Pakar terletak di Jalan Resor Dago Pakar Raya 2B Resor Dago Pakar, Mekarsaluyu, Kecamatan Cimenyan, Kota Bandung, Jawa Barat 40198. Hotel ini memiliki jumlah kamar sebanyak 225 (dua ratus dua puluh lima) dengan 19 (sembilan belas) villa dan 206 (dua ratus enam) kamar di dalam gedung. Setiap kamar memiliki jendela lebar sehingga para tamu dapat menikmati pemandangan Kota Bandung yang indah dengan suasana mewah. Selain itu, hotel InterContinental Bandung Dago Pakar memiliki beberapa fasilitas dan pelayanan yang tersedia, seperti, *pertama*, hotel ini berada di kawasan prestisius Resor Dago Pakar yang menawarkan keindahan panorama alam sekitar dan pemandangan kota Bandung yang menawan, menjadikan daya tarik tersendiri dari hotel ini. *Kedua*, Mountain View Golf Club dimana lapangan golf ini menawarkan pemandangan ke seluruh lembah dan gunung-gunung di sekitarnya. *Ketiga*, memiliki *private club house* yang bernama Kencana Resort Club dimana menjadi fasilitas penunjang yang dibuka untuk umum sekaligus dapat dimanfaatkan bersama keluarga melakukan kegiatan yang menyenangkan karena memiliki fasilitas kolam renang air hangat serta *fitness center* yang tersedia.

Lebih lanjut, *keempat*, dengan dibukanya Bina Bangsa School, sektor pendidikan menjadi fasilitas penunjang yang turut hadir di Resor Dago Pakar. Sekolah nasional ditambah dengan kurikulum dari Cambridge – Singapore ini merupakan cabang dari Bina Bangsa School – Jakarta yang diharapkan tidak saja

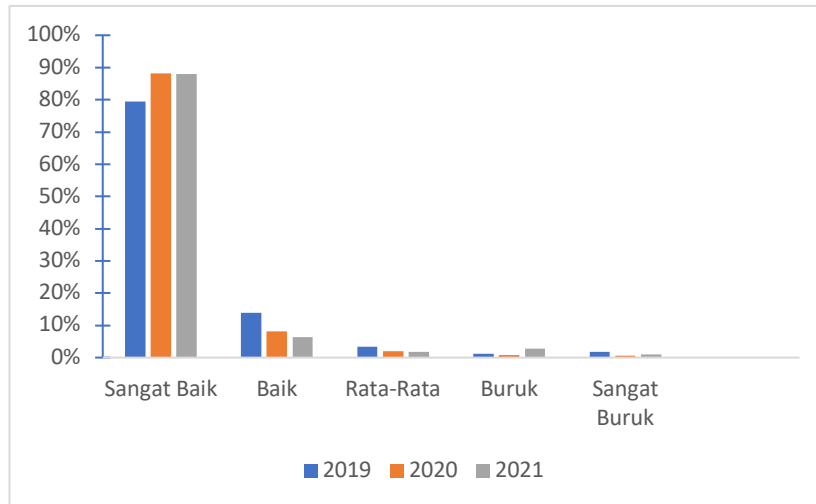
mendidik putra-putri bangsa yang mempunyai integritas, tangguh, keberanian, bertanggung jawab tetapi juga mempunyai empati, motivasi, kerjasama dan nilai kemanusiaan. *Kelima*, eksistensi dari Marbella Suites dengan tema “*The Perfect Place From Business to Leisure*” yang menawarkan pemandangan Kota Bandung dengan beragam jenis kamar yang meliputi *deluxe suite, executive suite, master suite, presidential suite* dan *penthouse* untuk melayani kebutuhan berlibur, *meeting package* atau sekedar melepas kepenatan. Terlebih, Marbella Suites dilengkapi REN DE VU dan restoran yang menyajikan menu Indonesia, Asia, dan Internasional.

Beragam fasilitas dan pelayanan tersebut menjadikan InterContinental Bandung Dago Pakar menyabet beberapa penghargaan, terakhir pada tahun 2019 hotel ini dinobatkan menjadi pemenang penghargaan bergengsi dari Indonesia Travel and Tourism Awards (ITTA) 2019/2020 yang ke-10 untuk kategori “Indonesia Leading Luxury Hotel” (Nursanti, 2019). Penghargaan tersebut diberikan untuk memberikan apresiasi dan mendorong sektor-sektor industri pariwisata lainnya untuk dapat berkontribusi lebih demi terjadinya peningkatan kualitas yang berkelanjutan sehingga harapannya memberikan kepuasan dan menciptakan loyalitas dari tamu yang secara langsung akan mendobrak kemajuan sektor pariwisata, baik di tingkat daerah ataupun nasional.

Dalam konteks ini, kendatipun InterContinental Bandung Dago Pakar memiliki beragam fasilitas dan pelayanan yang tersedia, nyatanya hal tersebut tidak secara serta merta menjadikan hotel ini disukai oleh seluruh tamu yang pernah menerima *service* dari pelayanan hotel ini. Untuk memperjelas ulasan wisatawan pada InterContinental Bandung Dago Pakar, berikut ini merupakan tabel penilaian atau ulasan wisatawan dari tahun 2019-2021 sesuai dengan total ulasan wisatawan:

Grafik 1. 1

Ulasan Tamu yang Berkunjung ke InterContinental Bandung Dago Pakar pada Tahun 2019-2021



Sumber: Hasil Olah Data Ulasan dari Tripadvisor.co.id tahun 2021

Berdasarkan tabel ulasan di atas, total ulasan dari tamu sebanyak 773 yang memberikan ulasan sangat baik dan 91 penilaian baik terhadap InterContinental Bandung Dago Pakar pada tahun 2019-2021 secara umum didominasi oleh ulasan wisatawan yang memberikan penilaian bagus untuk keindahan alam dan pemandangan yang ada pada kawasan tersebut, sedangkan untuk aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari beberapa aspek dimensi kualitas pelayanan, wisatawan memberikan ulasan buruk seperti yang telah dipaparkan sebelumnya yang Penulis uraikan di atas dimana 11 ulasan buruk dan 8 sangat buruk diberikan oleh wisatawan pada tenggang waktu tahun 2019-2021. Menurut (Bard, 2007) menyatakan bahwa salah satu alasan terjadinya perpindahan tamu dari satu perusahaan jasa ke perusahaan jasa yang lain dikarenakan tamu tidak puas dengan penyelesaian masalah atau cara menghadapi masalah dari perusahaan jasa tersebut. Oleh karena itu, ulasan buruk dan sangat buruk tersebut semestinya dapat dijadikan cerminan bagi InterContinental Bandung Dago Pakar agar meningkatkan kualitas pelayanannya karena hal tersebut merupakan modal dasar bagi suatu perusahaan penyedia pelayanan, khususnya industri perhotelan.

Menurut (Seyhmus, 2002) mengatakan bahwa loyalitas tamu dapat diukur berdasarkan dua variabel (perilaku dan sikap) yang bisa dikategorikan menjadi 3

Muhammad Sa'ad, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERDAHAP KEPUASAN DAN LOYALITAS TAMU INTERCONTINENTAL BANDUNG, DAGO PAKAR

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

indikator, yaitu *Trust*, *Emotion Commitment*, *Switching Cost*, *Word of Mouth*, dan *Cooperation*. Loyalitas tamu akan tumbuh apabila terdapat kepercayaan dari tamu kepada penyedia jasa (Hotel InterContinental Bandung Dago Pakar) maka akan muncul komitmen dari tamu untuk berkunjung kembali. Dengan adanya itu maka, sekalipun ada perubahan harga hal tersebut tidak mempengaruhi rasa ingin berkunjung kembali. Apabila tingkat loyalitas tamu tinggi, maka tamu akan memberikan ulasan yang baik terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan. Hal ini akan timbul dari adanya kepuasan tamu terhadap pengalaman yang didapat dari kepuasan tamu yang berkunjung ke InterContinental Bandung Dago Pakar.

Menurut (Tjiptono, 2013) terdapat indikator untuk mengukur wisatawan dari persepektif atribut pembentuk kepuasan ialah; Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, dan Ketersediaan untuk Merekomendasikan. Kendatipun InterContinental Bandung Dago Pakar memiliki beragam fasilitas dan pelayanan yang tersedia, nyatanya hal tersebut tidak secara *mutatis mutandis* (serta merta) menjadikan hotel ini disukai oleh seluruh tamu yang pernah menerima service dari pelayanan hotel ini. Berdasarkan beberapa pendapat yang diberikan oleh tamu yang dilansir di situs internet, hotel ini memiliki kekurangan yang berkorelasi terhadap kepuasan dan loyalitas tamu tersebut, seperti misalnya tidak tersedianya minuman penyambut (*welcome drink*), terdapat staff yang tidak ramah dan tidak memberikan informasi produk dengan baik, respon yang buruk dari staf restoran, parkir yang kurang memadai, beberapa pintu kamar yang rusak, kurangnya penjaga keamanan di wahana kolam renang sehingga membuat beberapa wisatawan kurang merasa aman, jendela dan tempat tidur sofa yang kotor, karpet yang kusam serta ulasan buruk lainnya terhadap kualitas pelayanan.

Unsur-unsur yang tidak terpenuhi tersebut menurut Penulis menimbulkan ketidakpuasan dari tamu. Justifikasi hal tersebut dapat dicerminkan juga dari pengertian kepuasan atau ketidakpuasan, yaitu respon tamu terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual. Selain itu, indikator-indikator ketidakpuasan sebagaimana Penulis uraikan diatas nyatanya telah sesuai dengan indikator-indikator kepuasan atau ketidakpuasan yang mengacu pada (Dominici, 2010) meliputi kesesuaian pelayanan dengan harapan,

kepuasan terhadap pelayanan, kesesuaian manfaat dengan biaya, dan pengalaman tamu selama menginap.

Meskipun hotel InterContinental Bandung Dago Pakar mendapatkan justifikasi sebagai hotel mewah bintang 5 (lima) yang dapat dilihat pada 773 ulasan tamu secara total yang menyatakan kualitas pelayanan sangat baik, 91 menyatakan sangat baik, akan tetapi hal tersebut bukanlah suatu jaminan terhadap kepuasan dan loyalitas yang akan didapatkan oleh tamu dikarenakan masih terdapat ulasan buruk dan bahkan sangat buruk dari para wisatawan, yakni masing-masing 11 ulasan atau sebesar 1,2% memberikan penilaian buruk dan 8 ulasan atau sebesar 0,88% menyatakan sangat buruk dimana kedua penilaian buruk tersebut dinilai oleh pengulas/wisatawan dari aspek kualitas pelayanan, bukan hanya pada aspek keindahan dan pemandangan alam semata seperti para pengulas/wisatawan yang memberikan penilaian luar biasa, sangat baik, dan rata-rata. Meskipun secara persentase penilaian buruk tersebut adalah kecil dibandingkan dengan penilaian baik dari para pengulas, menurut hemat Penulis persentase kecil tersebut adalah hal yang krusial mengingat tidak terpenuhinya aspek kualitas pelayanan dari hotel tersebut secara utuh ditinjau dari unsur *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*, terlebih mengingat status hotel tersebut adalah hotel mewah bintang 5 (lima).

Unsur *tangible* yang tidak memenuhi dapat ditunjukkan melalui indikator fisik hotel seperti penataan kamar dan fasilitas lainnya dimana pengulas menyatakan bahwa terdapat beberapa pintu kamar yang rusak dan jendela serta tempat tidur sofa yang kotor. Unsur *responsiveness* yang tidak utuh dicerminkan melalui respon yang buruk dari staf restoran kepada tamu atau tamu hotel. Unsur *assurance* pun tidak terpenuhi oleh hotel tersebut, padahal unsur ini menciptakan kepercayaan dan keyakinan terhadap hotel dalam memberikan pelayanan, seperti jika ditinjau dari indikator *assurance* seperti kesopanan staf. Dalam hal ini, staf hotel tersebut tidak memberikan minuman penyambut (*welcome drink*) kepada tamu saat memberikan pelayanan, mengingat hotel ini adalah hotel bintang 5 (lima). Selain itu, unsur *emphaty* tidak dicerminkan juga oleh pelayanan hotel ini, hal tersebut dapat dicerminkan dengan kurangnya penjaga keamanan di wahana kolam

renang sehingga membuat beberapa wisatawan kurang merasa aman, padahal seharusnya staf hotel memahami kebutuhan tamu hotel tersebut.

Kelima unsur kualitas pelayanan dapat dicerminkan melalui tren jumlah tamu terhadap hotel InterContinental Bandung Dago Pakar yang menunjukkan penurunan dalam rentang waktu 5 tahun ke belakang, yakni dari tahun 2016-2020. Berikut ini merupakan tabel data jumlah kunjungan wisatawan di kawasan hotel InterContinental Bandung Dago Pakar:

Tabel 1. 1

Data Jumlah Tamu Hotel InterContinental Bandung Dago Pakar

Tahun	Jumlah Tamu
2016	11.752 orang
2017	12.848 orang
2018	13.570 orang
2019	11.026 orang
2020	9.120 orang

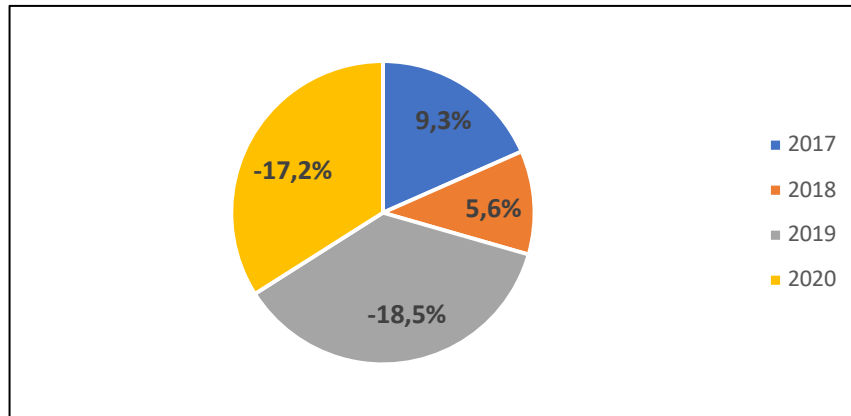
Sumber: Human Resources Department InterContinental Bandung Dago Pakar

Agar dapat terlihat perkembangan pariwisata dari jumlah tingkat kunjungan wisatawan, maka perlu dibuat angka pertumbuhan. Angka pertumbuhan merupakan jumlah tingkat pertambahan suatu populasi dalam periode tertentu. Untuk menghitung angka pertumbuhan dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{PDBt - PDBt_{-1}}{PDBt_{-1}} \times 100\%$$

Diagram 1. 1

Angka Pertumbuhan Tamu Hotel InterContinental Bandung Dago Pakar



Sumber: Hasil Olah Penulis (2021)

Dilihat dari tabel di atas, jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan dari tahun 2017-2020. Tahun 2019 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya 13.570 orang menjadi 11.026 orang sehingga pada tahun tersebut angka pertumbuhan tamu berada pada -18.5% dan tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 9.120 orang sehingga turun menjadi -17.2%. Berdasarkan data yang diperoleh Penulis, penurunan di tahun 2019 dapat terjadi karena faktor pelayanan. Dalam hal ini, faktor pelayanan menjadi faktor utama yang menyebabkan penurunan jumlah kunjungan tamu seperti data di atas yang secara langsung juga mempengaruhi jumlah pendapatan kawasan hotel InterContinental Bandung Dago Pakar. Kendatipun pada tahun 2020 penurunan jumlah kunjungan tamu diakibatkan pemberlakuan kebijakan PSBB dan PPKM di masa pandemic covid-19, kualitas pelayanan perlu diperbaiki untuk mengurangi penilaian buruk tamu guna mempersiapkan performa hotel InterContinental Bandung Pakar pasca berakhirnya kebijakan PPKM.

Selanjutnya, terkait dengan loyalitas tamu, berikut Penulis jabarkan data jumlah member pada hotel InterContinental Bandung Dago Pakar pada tahun 2018-2020.

Tabel 1. 2

Data Jumlah Member Hotel InterContinental Bandung Dago Pakar

Tahun	Jumlah Member
2018	4071 orang
2019	3307 orang
2020	2736 orang

Sumber: Human Resources Department InterContinental Bandung Dago Pakar

Dilihat dari tabel di atas, jumlah member hotel InterContinental Bandung mengalami penurunan dari tahun 2018-2020. Mengutip pernyataan (Tjiptono & Chandra, 2011), loyalitas konsumen adalah komitmen tamu terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan tamu tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen. Namun dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah member hotel tersebut mengalami penurunan, ini artinya ada beberapa hal yang menyebabkan hal tersebut dapat terjadi, diantaranya adalah dari tingkat kepuasan dan keluhan tamu atau tamu hotel tersebut.

Menurut hemat Penulis, dengan data jumlah member yang mengalami penurunan tersebut, dapat dikatakan bahwa terjadi penurunan terhadap loyalitas tamu pada hotel InterContinental Bandung Dago pakar akibat kualitas pelayanan yang dirasa kurang bagi jumlah member tersebut. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh (Kotler & Keller, 2017) yang menyatakan bahwa loyalitas tinggi adalah tamu yang melakukan pembelian dengan prosentasi makin meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain. Hal tersebut berbanding terbalik dengan data jumlah member yang justru mengalami tren penurunan pada tahun 2018-2020.

Oleh karena itu, berbagai perspektif dimensi kualitas pelayanan maupun loyalitas tersebut patut mendapatkan perhatian melalui penelitian lebih lanjut oleh

Penulis, maka dari itu Penulis tertarik meneliti lebih dalam hal tersebut dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu InterContinental Bandung Dago Pakar**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan pada bagian latar belakang, maka hal yang paling mendasar dari permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di InterContinental Bandung Dago Pakar?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu di InterContinental Bandung Dago Pakar?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan tamu terhadap loyalitas tamu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan, tujuan dari penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di InterContinental Bandung Dago Pakar
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu di InterContinental Bandung Dago Pakar
3. Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas tamu di InterContinental Bandung Dago Pakar

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian keilmuan mengenai kepariwisataan baik secara teori maupun prinsip khususnya di InterContinental Bandung Dago Pakar. Dapat menambah pengetahuan penulis mengenai

kepariwisataan. Dan diharapkan bisa memberi gambaran terhadap peneliti yang akan meneliti lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, pengelola dan pemerintah setempat. Selain itu hasil penelitian ini bermanfaat untuk:

- a. Bahan pertimbangan pemerintah dalam menentukan langkah pengembangan bagi pengelola InterContinental Bandung Dago Pakar.
- b. Bahan masukan untuk pengelolaan InterContinental Bandung Dago Pakar.

1.5 Sistematika Penulisan

Proposal ini disusun sebagai langkah awal penyusunan skripsi mahasiswa Manajemen Resort and Leisure dengan menginduk kepada Pedoman Penulisan Karya ilmiah terbitan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika penulisan yang digunakan:

1. Bab I. Pendahuluan

Pendahuluan merupakan bagian awal dari skripsi yang berisi: Latar belakang masalah dan analisis masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, asumsi, hipotesis, metode penelitian secara garis besar beserta teknik pengumpulan data dan pendekatannya, lokasi dan sampel penelitian.

2. Bab II. Kajian Pustaka,

Kajian pustaka mempunyai peran yang sangat penting berfungsi sebagai landasan teori dalam analisis temuan.

3. Bab III. Metode Penelitian

Uraian dalam Bab III merupakan penjabaran lebih rinci tentang metode penelitian yang secara garis besar telah disajikan pada Bab I. Pada Bab III penulis menggunakan metode deskriptif.

4. Bab IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada Bab IV memuat dua hal utama, yaitu pengolahan atau analisis data dan pembahasan atau analisis temuan.

5. Bab V. Kesimpulan dan Implikasi

Dalam Bab V disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian.

6. Daftar Pustaka

Berisi sumber-sumber data yang ada dalam penelitian