

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Salah satu yang perusahaan dapat lakukan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, mengembangkannya, maupun mendapatkan laba yaitu dengan cara memaksimalkan manajemen pemasarannya. Kegiatan pemasaran perusahaan harus juga memberikan kepuasan kepada pelanggan jika menginginkan usahanya berjalan terus. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Sehingga, perusahaan yang ingin berkembang harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain.

Dalam setiap kegiatan usaha, kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Hal tersebut juga sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan jasa seperti perusahaan dalam bidang hotel. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan lingkungan dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif harga, fasilitas dan berbagai promosi yang bervariasi. Hal ini dapat membuat pelanggan beralih kepada hotel lainnya yang dianggap memiliki nilai lebih tinggi.

Saat ini Hotel dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan yang ada, baik itu dalam fasilitas maupun kualitas yang diberikan oleh pihak hotel. Apabila suatu

perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai tentu dapat membuat konsumen merasa lebih nyaman. Tujuan dari pemasaran di bidang perhotelan itu sendiri adalah untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan pelanggan hotel. Maka, pengelola hotel perlu memberikan perhatian khusus bagi kenyamanan pelanggan seperti bau rokok dalam ruang kamar smoking area yang telah ditinggalkan oleh penghuni sebelumnya, bau sembab ruang kamar yang telah lama tidak dihuni, bocornya keran wastafel, kunci kamar yang tidak berfungsi serta layanan resepsionis yang kurang responsif.

Seorang konsumen tidak akan membayar lebih jika fasilitas yang didapatkan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan. Perusahaan yang menetapkan harganya terlalu tinggi dengan fasilitas yang tidak memuaskan, akan menyebabkan minat dari pelanggan untuk menginap menurun. Sedangkan apabila perusahaan menetapkan harga yang terlalu rendah dengan fasilitas yang baik, akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu penetapan harga dan fasilitas yang di sediakan harus seimbang. Namun yang menjadi permasalahan mengenai harga sewa kamar yaitu, adanya perbandingan harga dengan jenis hotel yang sama yang membuat terjadinya penurunan jumlah kunjungan pelanggan hotel, dimana pelanggan lebih sering membandingkan harga sebelum menetapkan tujuan untuk menginap di hotel. Berikut perbandingan harga sewa kamar hotel dengan yang sejenis:

**Tabel 1. 1** Perbandingan Harga Sewa Kamar 2018

<b>Nama Hotel</b>	<b>Harga sewa kamar</b>	<b>Jenis Kamar</b>
BWP Panbil Hotel	Rp. 782.500.-	Superior
Aston Baloi Hotel	Rp. 672.500.-	Superior
Nagoya Mansion Hotel	Rp. 552.000.-	Superior

**Sumber :** Situs Resmi Hotel

Berikut data yang berhasil diperoleh mengenai jumlah pelanggan yang menginap di Hotel BWP Panbil tiga bulan terakhir:

**Tabel 1. 2** Jumlah Pengunjung Hotel BWP Panbil Bulan

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
Agustus	7.179
September	6.676
Oktober	5.492

**Sumber:** Hotel BWP Panbil Batam 2018

Dalam hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Golden Futsal Simpang Haru Padang” yang diketahui bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Golden futsal Simpang Haru Padang (Mardizal, Utami, & Amaluis, 2017). Maka, promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya di perusahaan. Teknik-teknik atau berbagai cara yang dirancang perusahaan untuk memasarkan penginapan ini pun harus variatif. Yang menjadi permasalahannya yaitu seringkali bentuk penawaran promosi antar hotel yang satu

dengan hotel yang lainnya tidak jauh berbeda.

Hotel Best Western Premier Panbil (Hotel BWP Panbil) adalah sebuah hotel dengan bintang empat yang berada di Kota Batam, kepulauan Riau. Akomodasi nyaman yang beralamat di jalan Ahmad Yani, Mukakuning ini memberikan akses cepat ke pusat kota, tempat wisata terkenal, tempat hiburan, pusat perbelanjaan terkenal, bandara nasional, dan terminal feri yang memberikan kenyamanan bagi semua pengunjung. Selain fasilitas kamar, Hotel BWP Panbil juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti: Restoran Korea dan *rooftop* bar, tempat Gym, tempat Sauna, ruangan spa, tempat Jacuzzi, taman main anak-anak, ATM, dll.

Sesuai namanya, Hotel BWP Panbil adalah hotel Best Western tipe premier, satu dari empat BWP yang ada di Indonesia. Namun hotel BWP Panbil adalah yang paling megah. Label premier juga menunjukkan hotel ini kategori bintang empat plus atau setara dengan bintang lima. Fasilitas, kamar, meeting room, hingga pemandangan dari rooftop di La Bella Vita Rooftop Bar dan Silangit Executive Lounge lantai 15 benar-benar membuat perbedaan Hotel BWP Panbil dengan hotel manapun di Batam. Hotel BWP Panbil memiliki 233 kamar dengan masing-masing tipe yaitu :

**Tabel 1. 3** Jenis dan Jumlah Kamar Hotel BWP Panbil Batam

No	Jenis Kamar	Jumlah Kamar
1	Superior	72
2	Deluxe	127
3	Executive	9
4	Junior Suite	9
5	Executive Suite	13
6	Minister Suite	1
7	President Suite	1

**Sumber:** *Hotel BWP Panbil Batam*

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan yaitu sangat penting, di mana sarana ini berperan besar untuk menciptakan konsumen dengan persepsi baik agar menjadi pelanggan yang berkelanjutan. Pengukuran terhadap kualitas fasilitas pelayanan tidak hanya untuk menentukan pelayanan yang akan pelanggan terima, namun harus dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan hotel, sehingga tercipta kepuasan konsumen. Para pelanggan tertarik untuk mendapatkan harga yang pantas pula, harga yang pantas berarti nilai yang di persepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan. Pelanggan beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan itu sendiri. Sedangkan, adanya promosi yang sesuai dengan ketersediaan perusahaan maka akan sangat membantu hotel lebih dipercaya oleh masyarakat, sehingga masyarakat juga dapat menjadi saran promosi perusahaan yaitu dengan menceritakan kepuasan yang telah diterima.

Berdasarkan data yang telah terurai diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam”**.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan latar belakang penelitian, maka identifikasi penelitian sebagai berikut.

1. Fasilitas yang kurang baik seperti keran air bocor, kunci pintu kamar yang tidak berfungsi
2. Perbandingan harga sewa kamar dengan hotel yang sejenis membuat pelanggan melirik hotel lain sehingga menurunkan jumlah pengunjung
3. Bentuk penawaran promosi antar hotel yang satu dengan hotel yang lainnya tidak jauh berbeda membuat perusahaan sulit bersaing.

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan dikarenakan keterbatasan waktu, biaya dan pembahasan penelitian ini tidak melebar kemana-mana. Sehingga fokus dan batas penelitian hanya pada Pengaruh Fasilitas, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimanakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam?
2. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam?
3. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam?
4. Bagaimanakah pengaruh fasilitas, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam.
3. Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam.
4. Pengaruh fasilitas, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Best Western Premier Panbil di Kota Batam.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu :

1. Adanya penambahan informasi dan penambahan pengetahuan khususnya

perihal pengaruh fasilitas, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan di masa mendatang.

2. Pengembangan konsep pemasaran lewat fasilitas, harga, dan promosi yang memicu peningkatan pada kepuasan pelanggan.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

1. Bagi Objek Penelitian

Terdapat 2 manfaat bagi objek penelitian yaitu :

- a. Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran.
- b. Data informasi bagi perusahaan agar dapat menjadi pertimbangan pengambilan keputusan.

2. Bagi Universitas Putera batam

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pihak-pihak lain yang membutuhkan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian yang akan datang pada bidang yang sama.