

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Batam masyarakatnya mempunyai kesibukan yang sangat tinggi. Banyak beragam bisnis yang dapat dilakukan di kota Batam. Kota Batam sendiri pernah di juluki kota industri manufaktur karena banyak beragam industri terdapat di kota ini. Selain industri manufaktur ada juga industri jasa seperti hotel, transportasi *online*, pelayanan kesehatan, pariwisata, penerbangan, restoran dan lain-lain. Perkembangan zaman pada saat ini membuat kebutuhan pelanggan semakin banyak dan kompleks. Untuk itu perusahaan harus terus melakukan berbagai inovasi produk atau jasa agar bisa bersaing dengan perusahaan lain. Dalam hal ini yang harus diperhatikan perusahaan adalah hubungan dengan pelanggan untuk menciptakan transaksi sekaligus untuk memenuhi berbagai fungsi yang ada pada pemasaran.

Dalam (Risdiyanto & Saputra, 2016) tujuan kegiatan pemasaran adalah pada saat pembeli memasuki pasar pihak perusahaan mempengaruhi calon pembeli agar mereka tertarik untuk memilih barang atau jasa yang mereka tawarkan. Dalam (Budaya & Syofya, 2019) manajemen pemasaran adalah suatu organisasi menetapkan tujuan-tujuan pemasaran dengan berbagai pertimbangan seperti sumber daya internal, sasaran pasar, perencanaan, dan pelaksanaan aktivitas agar target bisa dicapai dan dapat mengukur suatu kemajuan kearah pencapaiannya.

Banyak kajian yang diteliti dalam bidang pemasaran, salah satu topik yang diteliti adalah tentang kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam (Adista & Dharmawan, 2019) kepuasan pelanggan yaitu adanya perbandingan antar kinerja produk atau jasa terhadap kinerja yang di harapkan atau di inginkan oleh pelanggan hal ini akan menimbulkan suatu perasaan senang atau kecewa. Kepuasan pelanggan ini penting diberikan kepada pelanggan agar pelanggan bersedia menggunakan lagi jasa tersebut sehingga menciptakan loyalitas pelanggan terhadap penyedia jasa dan meningkatkan profit bagi perusahaan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan yang diberikan dengan baik akan menciptakan keyakinan pada diri pelanggan untuk memilih suatu produk atau jasa.

Banyak variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah fasilitas. Menurut Sulastiyono dalam (Sudaryana, 2020) fasilitas adalah memenuhi kebutuhan tamu berupa perlengkapan-perengkapan fisik sehingga dapat mudah digunakan oleh tamu dalam melaksanakan aktivitasnya. Fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan karena fasilitas merupakan sesuatu yang membuat pelanggan dapat menikmati manfaat dari produk atau jasa dan memudahkan pelanggan dalam mengerjakan berbagai aktifitasnya. Kemudian, fasilitas disediakan lengkap dan desain yang menarik juga akan membuat pelanggan merasa puas. Fasilitas-fasilitas yang di butuhkan pelanggan dalam menggunakan jasa seperti tempat tidur, toilet, parkir, musollah, TV, *Wi-Fi* dan lain-lain.

Selain fasilitas, kepercayaan juga menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Mowen dan Minor dalam (Budaya & Syofya, 2019) kepercayaan yakni

alat digunakan suatu perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dalam kurun waktu yang sama, konsumen yang mempercayai suatu produk akan memiliki kesadaran dan perasaan atas produk yang di berikan perusahaan. Kepercayaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena kepercayaan dapat menciptakan suatu keyakinan pada diri pelanggan bahwa penyedia jasa mampu memberikan kualitas yang baik, konsisten, bertanggung jawab dan jujur. Dengan adanya keyakinan akan mempengaruhi hubungan baik antara pelanggan dan perusahaan.

Selain fasilitas dan kepercayaan, nilai pelanggan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Tam dalam (Risdiyanto & Saputra, 2016) nilai pelanggan yaitu barang atau jasa yang diberikan kepada konsumen mempunyai nilai yang tinggi akan membuat pemahaman pelanggan bahwa produk atau jasa tersebut mempunyai kualitas yang tinggi juga. Nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan karena pelanggan akan membuat suatu perbandingan antar manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan. Jika manfaat dan biaya sebanding maka pelanggan akan merasa puas jika yang terjadi sebaliknya manfaat dan biaya tidak sebanding akan menciptakan ketidakpuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas atau keinginannya terpenuhi akan memberikan nilai yang tinggi kepada perusahaan dan jika pelanggan merasa tidak puas akan memberikan nilai yang rendah kepada perusahaan.

S hotel adalah salah satu penyedia jasa yang berbintang 1 di kota Batam. S hotel didirikan pada tahun 2011. Alamat S hotel di Komplek Marina *Business Centre* Blok A No 11-12B, Lubuk Baja, Batam, Kepulauan Riau, Indonesia, 29432. S hotel mempunyai lima lantai dan 40 kamar dan 1 *resident room* khusus untuk tamu penting atau tamu dari luar negeri seperti Malaysia, Singapura. Tipe kamar yang disediakan S hotel terdiri dari dua tipe kamar yaitu standar dan premium, perbedaan yang ada pada kamar tersebut ada pada ukuran dan fasilitas kamar mandi. Untuk kamar standar mempunyai ukuran lebih kecil dari kamar

premium dan fasilitas kamar mandi hanya menggunakan *shower* sedangkan kamar mandi premium menggunakan *bathub*. Masing-masing kamar baik standar dan premium sudah di lengkapi fasilitas didalamnya seperti tempat tidur, TV, *WiFi*, AC, air mineral, toilet, tong sampah, lemari pakaian, kamar mandi *bathub/shower* dan handuk 2 pcs.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan S hotel telah melakukan beberapa hal seperti memberikan kualitas pelayanan yang baik, kemudahan transaksi, menjaga kebersihan, kemudahan servis, memberikan produk atau jasa yang sesuai dengan pesanan pelanggan dan melayani pelanggan dengan ramah. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tersebut S hotel memberikan fasilitas kepada pelanggan berupa fasilitas makanan dan minuman seperti Bar, fasilitas umum seperti AC, fasilitas publik seperti layanan kamar 24 jam, area parkir, *WiFi* di area umum, fasilitas kamar seperti *bathtub*, meja, TV, pancuran, fasilitas servis hotel berupa *laundry*, surat kabar di *lobby* dan resepsionis 24 jam, fasilitas terdekat seperti ATM/bank, salon rambut dan supermarket.

Selain memberikan fasilitas, S hotel juga menjaga kepercayaan pelanggan dengan memberikan segala kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti kenyamanan, keamanan dan berusaha memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan pelanggan. Selain fasilitas dan kepercayaan, S hotel juga menjaga nilai pelanggan dengan cara memberikan harga yang murah dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut S hotel memberikan manfaat yang dirasakan serasi dengan biaya yang pelanggan

keluarkan. Hal ini dilakukan agar pelanggan memberikan nilai yang tinggi kepada S hotel.

Tabel 1.1 Tamu S Hotel 2019

Bulan	Jumlah Tamu
Januari	732
Februari	816
Maret	905
April	818
Mei	747
Juni	890
Juli	874
Agustus	747
September	731
Oktober	769
November	801
Desember	770

Sumber: S hotel Batam

Namun jumlah kunjungan di S hotel terus menurun pada tahun 2019 seperti data yang tertera diatas. Penurunan tersebut karena terdapat berbagai permasalahan yang ada di S hotel dalam hal memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Beberapa hal yang belum optimal atau permasalahan tersebut dapat dilihat dari berbagai keluhan pelanggan atau pengunjung di S hotel yang mendapatkan ketidakpuasan seperti pelayanan jasa, penyediaan produk dan kualitas kamarnya yang belum berfungsi dengan baik.

Hal lain yang mempengaruhi penurunan jumlah kunjungan tersebut terjadi karena berbagai fasilitas yang telah disediakan S hotel masih terdapat beberapa permasalahan yang ditemui oleh pelanggan seperti kurangnya keamanan di tempat parkir, kamar mandi, air, AC dan kulkas kurang memadai. Permasalahan fasilitas tersebut dapat ditemukan dari komentar pelanggan di *website* resmi agen perjalanan Traveloka. Fasilitas yang kurang memadai juga mempengaruhi

kepercayaan pelanggan. Dengan berbagai usaha S hotel dalam menciptakan kepercayaan masih juga terdapat hal-hal yang belum optimal untuk menciptakan kepercayaan kepada pelanggan. Hal ini di temukan komentar pelanggan di *website* resmi agen perjalanan Traveloka yang memberikan komentar seperti memesan sarapan gratis secara *online* tetapi ketika di S hotel stafnya mengatakan tidak ada sarapan di hotel.

Selain permasalahan fasilitas dan kepercayaan, terdapat juga permasalahan nilai pelanggan. permasalahan tersebut keluhan tersebut bisa dilihat dari beberapa komentar pelanggan di laman *website* resmi agen perjalanan seperti Traveloka dimana AC yang ada di S hotel tiba-tiba mati dan udara yang dikeluarkan kurang bersih, kamar terkesan kusam dan spreinya berkesan tidak bersih, kamar bau rokok dan kulkas tidak berfungsi serta kamar mandi dan air tidak mengalir kuat.

Berlandaskan dari latar belakang di atas penulis terdorong membuat penelitian dengan “Pengaruh Fasilitas, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan S hotel di Kota Batam”.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada uraian di latar belakang sehingga bisa diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Terdapat ketidakpuasan pelanggan di S hotel seperti pelayanan jasa, penyediaan produk dan kualitas kamar.
2. Berbagai fasilitas yang dimiliki S hotel seperti keamanan di tempat parkir, kamar, air, AC dan kulkas tidak berfungsi dengan baik.

3. Banyaknya keluhan pelanggan setelah menginap di S hotel.

1.3 Batasan Masalah

Dalam sebuah masalah di perlukan pembatasan masalah agar tidak meluas, memfokuskan dan terarah dalam penelitian ini, sehingga dengan demikian akan mendapatkan sasaran yang tepat mengenai tujuan penelitian berdasarkan identifikasi masalah yang ada. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini yaitu fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan.
2. Variabel dependen dalam yang dipakai dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan.
3. Objek penelitian dalam penelitian ini hanya fokus pada S hotel di kota Batam.
4. Responden penelitian ini hanya fokus pada pelanggan atau tamu S hotel di kota Batam.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam ?
3. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam ?

4. Apakah fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui :

1. Melihat bagaimana fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam.
2. Melihat bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam.
3. Melihat bagaimana nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam.
4. Melihat bagaimana fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan S hotel di kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Setelah melakukan penelitian ini kita akan mengetahui penggunaan S hotel di Batam sebagai salah satu hotel sangat bermanfaat bagi masyarakat di kota Batam dan luar Batam. Manfaat penelitian ini dibagi dua yakni:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah menggunakan teori-teori yang berhubungan dengan fasilitas, kepercayaan, nilai pelanggan dan kepuasan

pelanggan yang dapat di terapkan untuk penelitian selanjutnya, dapatr juga menambah pemahaman dan ilmu bagi pembaca dan penulis.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Memberikan pengetahuan yang lebih luas dan pengalaman yang berharga bagi penulis tentang pengaruh fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan S hotel di kota Batam.

b. Bagi pihak akademis

Menambah ilmu dalam bidang akademis tentang kepuasan pelanggan.

c. Peneliti selanjutnya

Dapat menjadi acuan, pijakan dan referensi bagi peneliti selanjutnya berhubungan dengan fasilitas, kepercayaan dan nilai pelanggan S hotel di kota Batam.

d. Objek penelitian

Sebagai gambaran perusahaan dalam meningkatkan minat pembeli dan dapat melakukan berbagai evaluasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan keuntungan dan bisa mengurangi biaya dalam hal meningkatkan kepuasan pelanggannya.