

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata menjadi salah satu industri yang penting bagi Indonesia karena turut berkontribusi pada pendapatan devisa, menambah lapangan kerja, serta menjadi peluang bisnis bagi investor. Berbagai tujuan wisata yang menarik minat wisatawan terdapat di Indonesia seperti alam yang indah, tempat bersejarah, ritual dan atraksi kebudayaan yang unik serta keragaman sukunya. Banyak program pengembangan pariwisata yang dibuat oleh pemerintah dengan harapan Indonesia semakin dikenal dunia Internasional sehingga wisatawan asing tertarik untuk berkunjung ke Indonesia, perekonomian masyarakat sekitar tempat wisata juga ikut meningkat.

Sebelum pandemi covid-19 setiap tahun selalu ada peningkatan kunjungan wisatawan asing ke Indonesia dan perjalanan oleh wisatawan domestik. Tingginya aktifitas perjalanan wisata perlu diimbangi dengan kenaikan jumlah sarana penunjang agar tidak terjadi kesenjangan. Akomodasi jadi sarana terpenting bagi wisatawan asing maupun domestik saat melakukan perjalanan untuk beristirahat. Ada banyak jenis akomodasi seperti hotel, motel, guest house, apartemen, homestay. Jumlah akomodasi di Indonesia selalu mengalami peningkatan tiap tahun. Pada tahun 2022 ada 29.742 usaha akomodasi di Indonesia, dari jumlah tersebut sebanyak 3.763 atau 12,65% diantaranya adalah hotel bintang dengan total jumlah kamar 358.833 unit. Hotel bintang di Indonesia di dominasi oleh bintang 3 sebanyak 1.443 atau 38,3% dari total hotel bintang nasional dengan jumlah kamar 125.620 unit.

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



Pertumbuhan bisnis akomodasi yang sangat pesat mendorong tiap pelaku bisnis akomodasi memberikan pelayanan yang terbaik supaya bisa bersaing dengan kompetitor, mendapat banyak pelanggan yang loyal dan meningkatkan profit perusahaan.

Salah satu hotel bintang yang ada di Kota Surabaya adalah Hotel Cleo Jemursari yang terletak di Jalan Raya Jemursari no.157 Kendangsari, Tenggiling Mejoyo, Kota Surabaya. Hotel Cleo Jemursari memiliki 112 unit kamar standart dengan 3 tipe kamar yaitu Biz Twin berisi dua kasur single, Biz Queen berisi dua kasur single dijadikan satu, dan King yang berisi satu kasur ukuran besar. Dalam konteks pemasaran jasa, istilah harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang baik satuan moneter atau non moneter yang memiliki utilitas atau kegunaan tertentu yang dapat dipergunakan untuk mendapatkan suatu jasa (Putri, 2021). Harga semua kamar sama kecuali jika ada tambahan sarapan. Dalam tiap unit kamar hotel Cleo Jemursari tersedia fasilitas kasur, lemari pakaian, kaca rias, meja, kursi, telepon, penerangan, AC, TV, kamar mandi dalam, closet duduk, handuk, perlengkapan mandi. Fasilitas umum ada lobby, Origin Café & Resto, Ruang serbaguna di lantai 2 dan 3, Lift, tangga darurat, layanan kamar dari jam 10 pagi sampai jam 10 malam, parkir, mushola, toilet umum. Fasilitas merupakan sesuatu yang disediakan oleh perusahaan atau penyedia jasa agar dipakai dan dinikmati oleh konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan konsumen secara maksimal (Habibarrahman,2022).

Pelanggan yang puas cenderung akan menjadi loyal dengan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Berikut data



repeater guest atau tamu menginap ulang yang hampir setiap bulan selalu menginap lagi di Hotel Cleo Jemursari Surabaya. Data diambil berdasarkan kriteria menginap minimal 5 hari dalam satu bulan dan 5 bulan dalam setahun.

Tabel 1.1
Jumlah Repeater Guest Hotel Cleo Jemursari

| Tahun | Jumlah <i>Repeater Guest</i> | Percentage (%) |
|-------|------------------------------|----------------|
| 2020 | 13 | 12% |
| 2021 | 27 | 24% |
| 2022 | 19 | 17% |

Sumber : VHP Hotel Cleo Jemursari

Dari data diatas terlihat bahwa pelanggan yang loyal berkurang pada tahun 2022, masalah ini menarik perhatian peneliti untuk mencairitahu apakah faktor *perceived service quality*, fasilitas dan harga yang mempengaruhi penurunan pelanggan loyal pada Hotel Cleo Jemursari Surabaya. Seiring dengan penurunan pelanggan yang menginap ulang (*repeater guest*) di Hotel Cleo Jemursari, tingkat hunian kamar juga menunjukkan tren penurunan selama tahun 2023.

Tabel 1. 2
Tingkat Hunian Kamar Hotel Cleo Jemursari

| Tahun | Januari | Februari | Maret | April | Desember |
|-------|---------|----------|-------|-------|----------|
| 2020 | 2127 | 2087 | 2011 | 2130 | 1484 |
| 2021 | 1362 | 1279 | 1916 | 1940 | 2199 |
| 2022 | 2142 | 1990 | 2111 | 2275 | 2795 |
| 2023 | 2474 | 2396 | 2380 | 1888 | - |

Sumber : VHP Hotel Cleo Jemursari

Seluruh kamar yang disediakan Hotel Cleo Jemursari bisa dipesan melalui aplikasi penyedia layanan pemesanan hotel online seperti Traveloka, Agoda, dan Tiket.com. Penilaian pelanggan hotel Cleo Jemursari yang memesan melalui aplikasi Traveloka memberikan penilaian positif paling banyak



karena lokasi strategis, sedangkan penilaian negatif paling banyak mengenai fasilitas dan harga. Penilaian dari pelanggan sangat beragam terutama masalah harga, ada yang menilai harga di hotel Cleo Jemursari Surabaya terjangkau, murah, mahal, tidak sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diterima. Fasilitas di Hotel Cleo Jemursari paling banyak mendapat sorotan terutama adalah perlengkapan mandi dan tempat tidur, beberapa menyebut handuk berlubang, bau, kotor, juga seprei kasur banyak noda. Seringkali fasilitas tidak dirawat dengan baik sehingga fungsinya berkurang dan berpengaruh pada kenyamanan yang menyebabkan pelanggan beralih ke hotel lain. Fasilitas yang didapat pelanggan seharusnya sesuai dengan harga yang dibayarkan.

Perbedaan ulasan di aplikasi Traveloka menunjukkan bahwa tiap pelanggan memiliki persepsi berbeda pada pengalaman yang dirasakan setelah menginap di Hotel Cleo Jemursari. Faktor yang mempengaruhi persepsi adalah harapan, pengalaman masa lalu, dan keadaan psikologis. Persepsi pada pelayanan jasa bersifat dinamis karena jasa merupakan proses yang berorientasi pada hubungan dengan pelanggan sehingga persepsi bisa berubah seiring dengan keberlanjutan hubungan. Pelanggan yang puas pada layanan perusahaan akan mempunyai persepsi positif dan menjadi loyal.

Perceived service quality adalah persepsi pelanggan pada pelayanan yang telah dirasakan dengan membandingkan pengalaman masa lalu dan harapan saat membeli.

Menurut Fitriana dan Susanti (2022) Variabel *perceived service quality* tidak berdampak signifikan terhadap *customer loyalty*. Sedangkan hasil



penelitian Budi dkk (2022) menyatakan, berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *perceived service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Dua penelitian tersebut dilakukan pada obyek penelitian yang berbeda dan bukan bisnis hotel. Adanya kesenjangan pada hasil penelitian tersebut membuat peneliti tertarik untuk kembali meneliti pengaruh antara variabel *perceived service quality* terhadap loyalitas pelanggan bisnis hotel.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang konsumen untuk membeli ulang produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran kompetitor untuk membuat pelanggan beralih. Investasi pada riset loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan konsumen yang memiliki daya beli tinggi dan berulang sehingga mampu meningkatkan laba perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Perceived Service Quality*, Harga dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya.**”

F.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain :

1. Apakah *Perceived Service Quality* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya?



3. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Cleo Jemursari Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi pemikiran yang signifikan sebagai perluasan ilmu tentang sebuah skripsi atau karya ilmiah yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian yang sedang mencari informasi tentang pengaruh *Perceived Service Quality*, Harga dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Hotel Cleo Jemursari Surabaya, untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan melalui pendekatan *Perceived Service Quality*, Harga dan Fasilitas pada Hotel Cleo sehingga dapat menjadi evaluasi.

