

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata dan perhotelan di Indonesia saat ini sudah mulai berkembang kembali setelah beberapa tahun belakangan ini bisnis ini sempat redup dan tenggelam dikarenakan adanya pandemi *covid-19*. Indonesia merupakan Negara yang maju dalam industri pariwisata dan perhotelannya. Industri perhotelan merupakan industri yang bergerak dalam bidang jasa yang didalamnya menjual produk dan layanan jasa. Industri perhotelan di Indonesia sudah berkembang dalam waktu cukup lama.

Menurut Purwaningrum (2021:29) Perkembangan industri perhotelan di Indonesia dimulai setelah kemerdekaan, pada saat itu presiden Indonesia dijabat oleh Ir Soekarno dan hotel yang ada di Indonesia dikelola langsung oleh BUMN. Seiring berjalannya waktu, perkembangan industri perhotelan semakin banyak diminati oleh para pengusaha, sehingga banyak bermunculan hotel baru di berbagai daerah.

Munculnya hotel baru disebabkan bertambahnya jumlah wisatawan, para wisatawan atau pelanggan memerlukan hotel bukan hanya semata-mata hanya untuk menginap saja, tetapi juga untuk suatu hal dan lainnya seperti untuk mengadakan rapat, acara keluarga, acara ulang tahun, acara pernikahan dan masih banyak lagi.

Menurut Basuki (2022:7) Penyedia jasa akomodasi akomodasi perhotelan pada tahun 2021 tercatat sebanyak 3.521 usaha, dengan total jumlah kamar yang dimiliki sebanyak 345.062 unit kamar. Menurut data tersebut jumlah kamar



terbanyak diraih oleh 5 provinsi, yaitu dari provinsi Jawa Barat sebanyak 93.390 unit kamar, Bali sebanyak 79.112 unit kamar, Jawa Timur sebanyak 78.377 unit kamar, DKI Jakarta sebanyak 64.059 unit kamar, lalu Jawa Tengah sebesar 58.677 unit kamar.

Dengan banyaknya unit kamar hotel yang telah dimiliki oleh Indonesia menandakan bahwa industri perhotelan di Indonesia berkembang dengan cukup baik. Dari data tersebut jumlah unit kamar yang dimiliki oleh provinsi Jawa Timur sebesar 78.377 merupakan jumlah yang tidak sedikit.

Menurut liputan 6 Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) mengatakan bahwa hotel di Jawa Timur mengalami pertumbuhan setiap tahunnya sebesar 13 persen. Pertumbuhan itu disebabkan banyaknya muncul Virtual Hotel Operator (VHO) seperti OYO, ReDdoorz, Airy. Pada 2017 total penginapan sebanyak 1.881 hotel, lalu di tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 2.180 hotel, dengan setiap tahunnya mengalami pertumbuhan sebanyak 13%.

Kota Surabaya sendiri merupakan kota metropolitan dan terkenal dengan sebutan kota pahlawan yang menjadikan daya tarik sendiri di mata wisatawan.

HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya merupakan salah satu hotel yang terkenal di kota Surabaya. HARRIS-POP! *Hotels & Conventions*

Gubeng Surabaya merupakan hotel combo pertama yang menggabungkan dua hotel dengan klasifikasi bintang yang berbeda, Hotel HARRIS yang berklasifikasi

bintang empat dan Hotel Pop! Yang berklasifikasi bintang dua, digabungkan didalam satu bangunan yang sama. *Combo* hotel ini adalah *combo* hotel pertama

yang ada di Jawa Timur. Hotel ini dikelola dibawah manajemen Tauzia. HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya ini dikelola oleh PT. Saudara



Sekawan Sejahtera. HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya mempunyai 314 kamar yang terdiri dari 152 kamar Hotel HARRIS dan 162 kamar Hotel Pop! Yang dilengkapi dengan fasilitas *Swimming Pool, Harris Café & Juice Bar, Seventeen Lounge, Gym, Reflexology, Spa, Sauna, Jacuzzi, Dino Kids Club, Harris Boutique, Internet Corner, Bakery Shop*, dan Alfamart. Selain itu HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya juga menyediakan tempat rapat, yang dilengkapi dengan 10 ruangan yang bisa digunakan untuk acara rapat, pesta pernikahan maupun acara yang lainnya. Pelayanan yang disediakan berupa pelayanan kamar, dengan dilengkapi fasilitas yang lengkap yang dapat digunakan oleh para pengunjung. Hotel sendiri salah satu sektor usaha jasa yang termasuk dalam bidang kepariwisataan, karena dalam hotel sendiri memberikan pelayanan dan sarana bagi para pelanggannya.

**Tabel 1.1**  
**Data Pengunjung HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya Tahun 2019-2021**

Tahun	Jumlah Pengunjung
2019	28.805
2020	27.905
2021	35.776

Sumber : Data Perusahaan Hotel Harris-Pop! *Hotels & Coventions* Gubeng Surabaya

Tabel tersebut menunjukkan data pengunjung HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya dari tahun 2019 sampai dengan 2021, dimana data pada tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya mengalami penurunan pada tahun 2020 dan mengalami kenaikan pada tahun 2021.



Menurut Tjiptono dan Chandra (2017:231) Kualitas produk merupakan suatu yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang kemudian dapat digunakan atau dirasakan oleh konsumen.

Menurut Priansa (2017:339) *Word Of Mouth* adalah suatu kegiatan pemasaran, yang didalam kegiatan tersebut memberikan informasi suatu produk baik barang ataupun jasa kepada pelanggan lain atau orang lain dengan cara membicarakannya, mempromosikannya untuk menjual produk tersebut.

Menurut penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pengunjung hasil penelitian (Wahyudi, 2018).

Menurut penelitian kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh pada minat beli konsumen (Arianto dan Difa, 2020). *Word of mouth*, harga, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Anisa, 2022).

Kualitas pelayanan salah satunya dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, pelayanan yang diberikan oleh hotel mulai dari pelanggan masuk ke area hotel sampai pelanggan selesai menginap lalu keluar dengan baik, kepuasan pelanggan harus tetap terjaga.

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa, kualitas pelayanan sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan dan keberhasilan perusahaan.

Terdapat penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Saputra, dkk (2021). Yang



bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Rattu, dkk (2022) yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa kualitas produk, harga dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

Penelitian Ramadani (2019) Mengatakan bahwa hasil penelitian yang dilakukan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *handphone* di Las Vegas *Mobile Store Plaza Marina Surabaya*. Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Ketut, dkk (2021) di dalam penelitiannya mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan *Word Of Mouth* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.

Penelitian ini akan berfokus dengan tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, *Word Of Mouth*, dan kualitas pelayanan, merupakan gabungan variabel dari beberapa penelitian terdahulu yang hanya berfokus pada variabel yang berbeda dengan objek penelitian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions Gubeng Surabaya*.

Berdasarkan latar belakang tersebut dan berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul yang berbeda dengan penelitian yang sebelumnya, sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK,**

**WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HARRIS-POP!**

**HOTELS & CONVENTIONS GUBENG SURABAYA”**



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya?
2. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap minat pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya?
5. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya?
7. Apakah minat pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap minat pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.



3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.
5. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.
7. Untuk mengetahui pengaruh minat pembelian terhadap keputusan pembelian HARRIS-POP! *Hotels & Conventions* Gubeng Surabaya.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini bisa memberikan manfaat kepada banyak pihak lain, peneliti membagi manfaat ini menjadi dua jenis yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan penjelasan sebagai berikut :

##### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan referensi bagi peneliti dimasa yang akan datang dan menambah ilmu serta literasi yang berhubungan dengan kualitas produk, *word of mouth*, kualitas pelayanan, minat pembelian dan keputusan pembelian.

##### 1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini sekiranya dapat menjadi sebuah saran dan masukan bagi perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan terkait penelitian ini dan dapat digunakan sebagai penentuan strategi baru dengan tujuan untuk memajukan dan

mengembangkan perusahaan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan menyumbang kontribusi dan referensi bagi pihak perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga pihak HARRIS-POP! Hotels & Conventions Gubeng Surabaya mampu meningkatkan jumlah konsumen



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.