

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

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.

Surabaya merupakan salah satu kota pusat bisnis dan pariwisata di Jawa Timur. Guna menunjang geliat bisnis dan pariwisata tersebut, maka kebutuhan akan ketersediaan akomodasi Hotel sebagai sarana penunjang sangat dibutuhkan. Industri perhotelan merupakan salah satu aspek yang memiliki peranan penting dalam perkembangan pariwisata di Surabaya. Hal tersebut menyebabkan geliat dan pesangannya usaha dalam bisnis ini semakin tinggi. Pertumbuhan hotel berbintang di Surabaya dari tahun 2016-2020 dapat dilihat pada tabel 1.1, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Pertumbuhan Hotel di Surabaya Tahun 2016-2020

Jenis Hotel	Tahun Pertumbuhan				
	2016	2017	2018	2019	2020
Bintang 1	5	5	7	7	7
Bintang 2	5	17	24	29	31
Bintang 3	23	47	46	46	49
Bintang 4	16	21	24	24	24
Bintang 5	6	9	9	9	9
Jumlah	52	99	110	115	120

Sumber: Data Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Jawa Timur 2020.



Berdasarkan Tabel 1.1 Pertumbuhan Hotel di Surabaya Tahun 2016 – 2020 menunjukkan bahwa Jumlah Hotel berbintang di Surabaya mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan tersebut terjadi dalam kurun waktu lima tahun terakhir, dari yang sebelumnya jumlah Hotel di Surabaya pada tahun 2016 sejumlah 52 Hotel,

pada tahun 2020 meningkat pesat menjadi 120 Hotel yang terdiri dari jenis Hotel bintang 1 sampai dengan bintang 5. Pada data (PHRI) diketahui jenis Hotel yang paling banyak di Surabaya adalah Hotel berbintang 3.

Banyaknya jumlah jenis Hotel bintang 3 di Surabaya menyebabkan konsekuensi logis kepada para pelaku usaha perhotelan untuk bersaing memperoleh konsumen di kelasnya. Kondisi tersebut mewajibkan setiap pelaku usaha perhotelan untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen sehingga konsumen loyal. Namun dengan adanya persaingan yang ketat dalam dunia usaha, terutama dalam kebutuhan pasar maka dibutuhkan lebih dari sekedar pelayanan yang terbaik, sebuah hotel harus memiliki strategi pemasaran yang bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan kinerja dengan optimal agar dapat tetap bersaing dengan hotel-hotel di kelasnya. Kondisi tersebut mendorong peneliti untuk mengetahui bagaimana Hotel bintang 3 yang ada di Surabaya tetap eksis ditengah persaingan bisnis yang ketat. Hotel yang menjadi subjek penelitian peneliti adalah Hotel Gunawangsa Merr Surabaya.

Hotel yang ada saat ini, menawarkan berbagai fasilitas yang dapat dinikmati oleh para tamunya, fasilitas tersebut antara lain kolam renang, gym, *meeting room*, karaoke dan sebagainya. Fasilitas-fasilitas tersebut diberikan kepada tamu hotel dengan tujuan memberikan pelayanan dan memenuhi kebutuhan tamu selama menginap di hotel. Berkat semua fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Gunawangsa Merr Surabaya, tidak mengherankan jika mereka mampu memperoleh tingkat okupansi yang tinggi dalam kurun waktu 1 tahun belakang ini. Jumlah kunjungan wisatawan yang

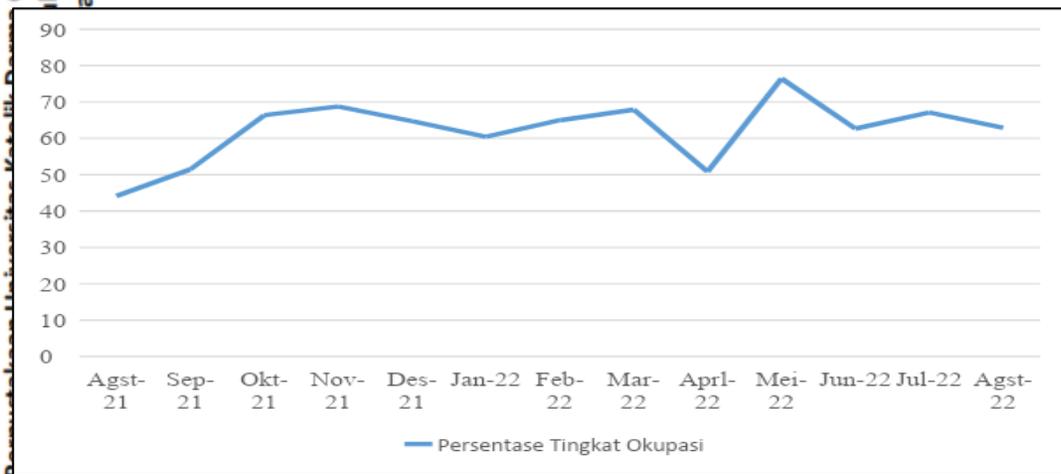
Karya Ilmiah Milik Perustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian dan pengalihan. Segala bentuk pengangan/pngiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang berlaku.



mengalami peningkatan berpengaruh pada perkembangan industri perhotelan, karena peningkatan jumlah kunjungan wisatawan akan meningkatkan pula kebutuhan akan jasa akomodasi khususnya hotel sebagai sarana penunjang industri pariwisata. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1 Okupansi di Hotel Gunawangsa Merr Surabaya periode Agustus 2021-2022, sebagai berikut:

Gambar 1.1

Okupansi Hotel Gunawangsa Merr Surabaya Periode Agustus 2021- Agustus 2022



Sumber: Data Hotel Gunawangsa Merr Surabaya tentang Tingkat Okupansi Hotel Periode Bulan Agustus 2021-Agustus 2022.

Berdasarkan Gambar 1.1 Okupansi di Hotel Gunawangsa Merr Surabaya periode Agustus 2021-2022, diketahui bahwa tingkat okupansi terendah terjadi pada periode Agustus 2021 dengan jumlah okupansi sebesar 44,12% dan tingkat okupansi tertinggi pada periode Mei 2022 dengan jumlah okupansi 76,45% dan rata-rata tingkat okupansi selama periode bulan Agustus 2021-Agustus 2022 sebesar 67,40%.

Berdasarkan data-data yang dikemukakan, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pihak manajemen hotel mampu mencapai performa positif tersebut. Terlebih di tengah persaingan yang ketat antara sesama pelaku usaha hotel di jenis yang sama. Dan yang akan menjadi fokus peneliti adalah tentang loyalitas konsumen Hotel Gunawangsa Merr Surabaya.

Secara sederhana, loyalitas konsumen dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu secara terus menerus. Memiliki konsumen yang setia adalah salah satu kunci jika bisnis ingin terus eksis dan tetap berkembang. Sebab, bagi pelaku usaha akan lebih mudah untuk mempertahankan pelanggan daripada menciptakan pelanggan yang baru.

Loyalitas konsumen terbentuk Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan kajian tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Menurut Moku et al (2019) menyatakan bahwa dalam sebuah persaingan yang kompetitif dan terdapat alternatif pilihan jasa transportasi *online* membuat pelanggan selektif dalam memilih jasa transportasi *online*. Pengalaman yang didapatkan pelanggan, nilai yang dirasakan pelanggan, serta kepercayaan pelanggan terhadap

transportasi *online* Go-Jek mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Selanjutnya adalah Penelitian yang dilakukan

oleh Sari dan Budiarmo (2019) yang menyatakan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pengaruh positif yang diberikan dapat memberikan arti bahwa harga dan kualitas pelayanan akan mempengaruhi loyalitas konsumen pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya. Serta

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



penelitian yang dilakukan oleh Widyastika (2020) menyatakan kualitas pelayanan dan *customer experience* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sehingga diketahui bahwa bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen ada tiga, yaitu faktor *customer experience*, harga dan kualitas pelayanan.

Para peneliti terdahulu menyebutkan bahwa ketiga faktor tersebut yaitu faktor *customer experience*, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Namun, dalam penelitian yang lain, justru menunjukkan hal yang berbeda. Terkait pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas konsumen, Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rohmatin (2021:72) menyatakan bahwa *customer experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kemudian terkait pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen, dalam penelitian yang dilakukan Novianawati *et al* (2019:134) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dan terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, dalam penelitian yang dilakukan oleh Agiesta *et al* (2019:1660) disebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Adanya perbedaan antara para peneliti terdahulu menunjukkan bahwa kebenaran terkait pengaruh *customer experience*, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen perlu untuk dibuktikan kembali. Sebab, bagi pelaku usaha perhotelan, memetakan faktor-faktor apa saja yang dapat berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen perlu untuk segera dilakukan. Dan yang menjadi faktor-faktor kunci dalam penelitian ini adalah faktor *customer experience*, harga dan kualitas pelayanan.



Oleh sebab itu, berdasarkan pembahasan dan uraian dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Customer Experience*, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan oleh peneliti, maka dapat dirumuskan masalah yang hendak diketahui dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *customer experience* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya.

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





2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dikemukakan oleh peneliti, maka manfaat penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Bagi penulis untuk dapat memahami serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *customer experience*, harga, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Gunawangsa Merr Surabaya.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi atau masukan bagi perkembangan pemasaran terutama mengenai loyalitas konsumen.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen Hotel Gunawangsa Merr Surabaya, agar mampu meningkatkan loyalitas konsumen yang menjadi pengguna jasa mereka.