

BAB 1

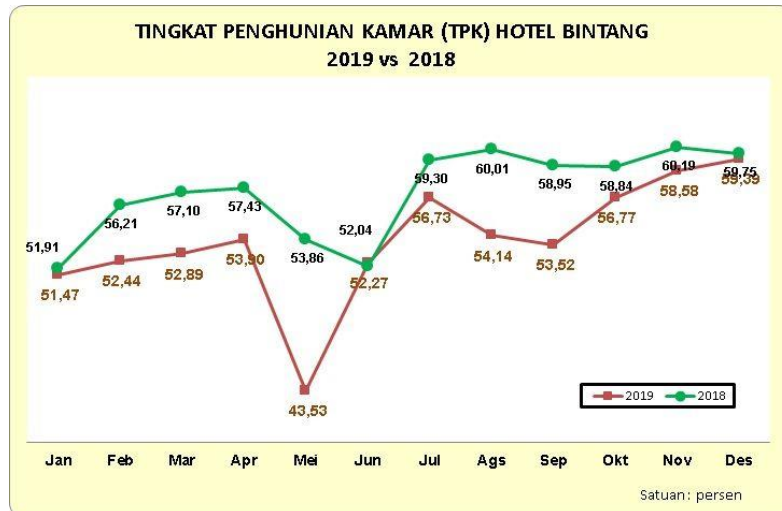
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis di Indonesia yang sangat pesat adalah suatu fenomena yang menarik untuk di cermati, apalagi dengan adanya globalisasi di sektor ekonomi yang semakin membuka peluang bagi pengusaha asing untuk berpartisipasi bersaing dalam menarik konsumen lokal. Pengusaha lokal dituntut untuk mengetahui perilaku konsumen dan menyesuaikan dengan kebutuhan mereka. Tiap perusahaan yang ingin bertahan hidup harus memiliki nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Hal tersebut bertujuan memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat di Indonesia yaitu perhotelan. Perhotelan merupakan industri jasa yang memadukan layanan dan produk. Ketua Umum PHRI Haryadi Soekamdani dalam Konferensi Pers di Hotel Sahid, Jakarta, mengatakan bahwa pertumbuhan hotel sangat luar biasa, jumlah hotel berbintang pada tahun 2017 ada sekitar 2.300 hotel dengan jumlah 290.000 kamar di seluruh Indonesia dan untuk hotel non bintang 285.000 kamar dengan 16.000 hotel, (dikutip dari economy.okezone.com).

Bisnis perhotelan pada tahun 2020 mengalami penurunan pada tingkat hunian kamar dikarenakan adanya Covid-19 yang menyebar di seluruh dunia. Adapun data tingkat hunian kamar hotel bintang di Indonesia pada tahun 2018 sampai 2020 sebagai berikut:

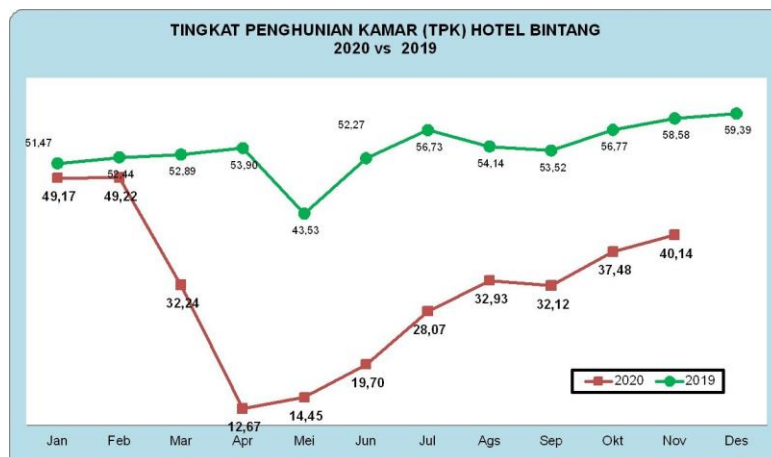


Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia 2020

Gambar 1.1.
Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang 2019 vs 2018

Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa tingkat hunian tahun 2019 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2018. Penurunan yang cukup signifikan terjadi pada bulan Mei 2019

Adapun data tingkat hunian kamar hotel bintang di Indonesia pada tahun 2019 sampai 2020 sebagai berikut :



Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia

Gambar 1.2.
Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang 2020 vs 2019

Pada gambar 1.2. jelas bahwa tingkat penghunian kamar hotel bintang pada tahun 2020 mengalami penurunan tingkat hunian dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan yang sangat drastis terjadi pada bulan Februari sampai April 2020.

Salah satu provinsi yang mengalami penurunan tingkat hunian yaitu DKI Jakarta. Adapun data tingkat hunian kamar hotel bintang di Jakarta pada Januari – Juli 2019 dan Januari – Juli 2020 tampak pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1.
Tingkat Hunian Kamar Hotel Bintang di Jakarta Bulan Januari – Juli 2019 dan 2020

Provinsi	Januari – Juli 2020	Januari – Juli 2019
Aceh	27.30	39.77
Sumatera Utara	29.75	47.26
Sumatera Barat	30.24	51.55
Riau	29.61	45.25
Jambi	30.89	41.14
Sumatera Selatan	37.51	51.85
Bengkulu	38.04	58.83
Lampung	37.59	54.57
Kepulauan Bangka Belitung	23.13	32.04
Kepulauan Riau	27.13	49.47
DKI Jakarta	40.97	60.33
Jawa Barat	32.93	49.79

Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia

Pada tabel 1.1. menunjukkan bahwa tingkat hunian kamar hotel berbintang di DKI Jakarta di bulan Januari-Juli 2020 lebih rendah dibandingkan pada bulan Januari – Juli 2019.



Berikut data tingkat penghunian kamar hotel berbintang di DKI Jakarta pada Maret tahun 2020 sampai Januari 2022 tampak pada gambar 1.5 sebagai berikut:



Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta pada Statistik Sektorial Provinnsi DKI Jakarta

Gambar 1.3
Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Berbintang DKI Jakarta
Maret 2020 – Januari 2022 (Persen)

Pada gambar 1.3. menunjukkan bahwa adanya penurunan pada bulan Maret-April tahun 2020. Hal tersebut tidak lama dikarenakan pada bulan Mei sudah mulai meningkat kembali dan stabil sampai bulan Juni Tahun 2021. Penurunan kembali terjadi pada bulan Juni-Agustus tahun 2021. Keadaan tersebut juga tidak lama karena pada bulan September-Januari 2022 mulai meningkat kembali. Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat hunian hotel berbintang di DKI Jakarta stabil. Hal tersebut bisa menjadi acuan bagi pihak hotel dalam mengembangkan kualitas hotelnya.



Peneliti melakukan penelitian pada salah satu hotel yang ada di Jakarta yaitu Blue Sky Hotel Petamburan. Blue Sky Hotel Petamburan merupakan salah satu hotel bintang 3 yang terletak di Jakarta Pusat. Lokasi Blue Sky Hotel Petamburan sangat strategis karena dekat dengan kawasan pusat bisnis Jakarta, gedung-gedung pemerintahan, dan pusat perbelanjaan. Selain itu lokasi ini juga

memiliki akses yang mudah untuk ke Bandara Internasional Soekarno Hatta melalui jalan *ring road*.

Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan menginap konsumen di Blue Sky Hotel Petamburan yaitu lokasi, harga, kualitas pelayanan, WOM, reputasi, rekomendasi grup, kenyamanan, dll. Peneliti memilih 4 dari faktor-faktor tersebut yaitu reputasi, EWOM, harga, dan kualitas pelayanan. Faktor-faktor tersebut akan menjadi variabel independen pada penelitian ini. Keempat variabel tersebut juga pernah diteliti oleh para peneliti terdahulu. Hasil dari penelitian terdahulu ada beberapa faktor yang terdapat kesenjangan.

Penelitian Tjakraatmadja dan Harjanti (2018) menyatakan bahwa reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga pelanggan melakukan keputusan pembelian. Perusahaan atau dalam penelitian ini yaitu hotel harus berusaha melakukan segala sesuatunya dengan sebaik mungkin supaya reputasi hotel baik karena reputasi merupakan salah satu poin yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan menginap.

Penelitian Sari, dkk (2017); Febriasari (2017) mengatakan bahwa EWOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bukalapak.com. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Eriza (2017) mengatakan bahwa EWOM tidak berpengaruh signifikan pada minat beli konsumen karena kemungkinan menghadapi risiko kerugian yang akan dialami konsumen tidak menjadi mediator aktivitas membaca review di internet dengan minat beli melalui *e-commerce*.



Penelitian Deisy, dkk (2018); Gunarsih, dkk (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebagian besar konsumen dalam melakukan pembelian suatu barang melihat harga barang tersebut. Penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian lain. Penelitian humairo, dkk (2018) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena konsumen tidak akan memandang harga terhadap sebuah produk jika produk tersebut memiliki citra baik didepan konsumen.

Penelitian Daulay (2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka persepsi kualitas pelayanan dari suatu perusahaan baik dan memuaskan sehingga akan meningkatkan jumlah pelanggan. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian lain. Penelitian oleh Ramadani (2019); Cynthia, dkk (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. hal tersebut karena kemungkinan para pelanggan kurang memperhatikan suatu kualitas pelayanan pada saat membeli suatu barang.

Terkait dengan adanya penemuan masalah dan kesenjangan akan hasil dari beberapa penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

dengan judul '**Pengaruh Reputasi, *Electronic Word of Mouth*, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta**'

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah dalam penelitian ini, maka rumusan masalah yang dapat disusun yaitu sebagai berikut:

- a. Apakah reputasi berpengaruh terhadap keputusan menginap pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta?
- b. Apakah *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan menginap pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan menginap pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta?
- d. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menginap pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta?

3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap keputusan menginap pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan menginap pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan menginap pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta



1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat dari penelitian ini baik dari segi praktis maupun teoritis yaitu sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan pemahaman mengenai pengaruh dari reputasi, EWOM, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap pada Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk dijadikan pembelajaran dan inspirasi bagi penelitian selanjutnya mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan menginap

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh reputasi, EWOM, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan terkait dengan pengaruh reputasi, EWOM, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta sehingga dapat menjadi acuan pihak hotel untuk mengambil kebijakan dalam mengembangkan hotel tersebut.

c. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan menambah literatur kepustakaan dalam penelitian mengenai pengaruh reputasi,



EWOM, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di Blue Sky Hotel Petamburan Jakarta



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.