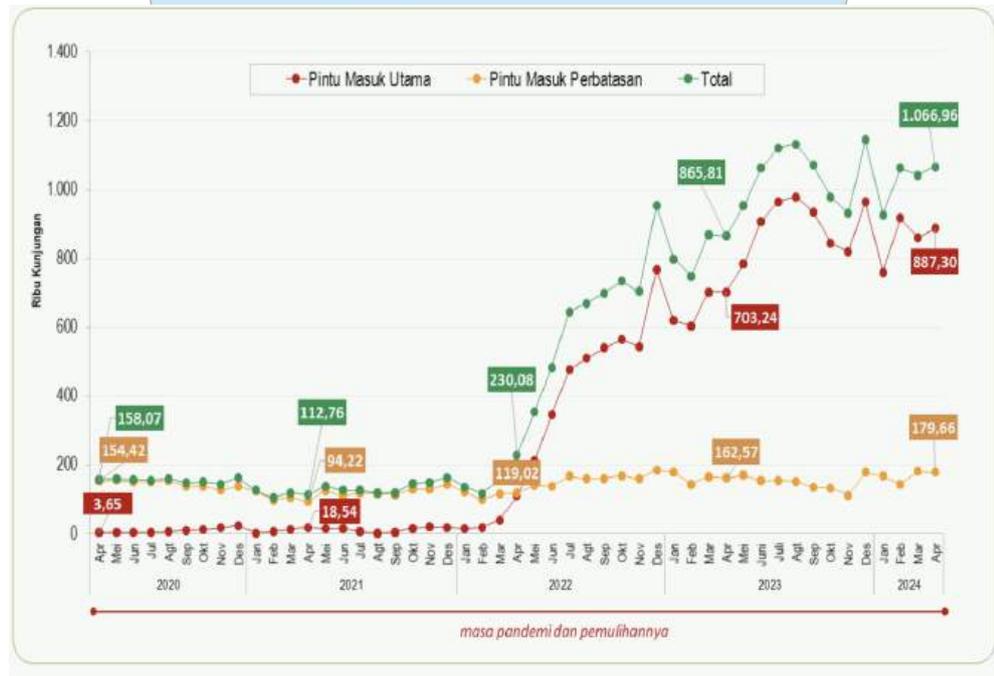


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024) menyatakan bahwa Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar dan selalu maju serta berkembang pesat di setiap tahunnya. Sehingga, Indonesia mendapatkan suatu pencapaian yang diakui oleh dunia karena perkembangan sektor pariwisata yang semakin pesat dan terlihat secara internasional.



Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisata Mancanegara ke Indonesia, April 2021- April 2024

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Berdasarkan pada **Gambar 1.1**, Pada bulan April 2024 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 1,07 juta kunjungan. Jumlah tersebut mengalami peningkatan dibandingkan dari bulan sebelumnya yaitu pada bulan Maret 2024. Peningkatan jumlah kunjungan di bulan April 2024

sebesar 2,41 persen. Sementara itu, jika dibandingkan pada bulan April 2023, kunjungan wisatawan mancanegara tetap terlihat adanya peningkatan jumlah kunjungan sebesar 23,23 persen. Terdapat peningkatan pada bulan April 2023 dikarenakan pada bulan tersebut merupakan kondisi pemulihan setelah terjadinya pandemi COVID-19 yang terjadi. Pemulihan industri pariwisata di Indonesia juga terlihat dari peningkatan jumlah kunjungan wisata mancanegara secara kumulatif dari Januari 2024 hingga April 2024. Jumlah kunjungan wisatawan mencapai 4,10 juta kunjungan, sehingga terdapat peningkatan sebesar 24,85 persen dibandingkan kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2023. Membahas tentang industri pariwisata, terdapat faktor wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia akibat dari kekayaan alam yang melimpah di Indonesia. Hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan pariwisata di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2024). Menurut Galih Kusumah dalam artikel Magister Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia menyatakan bahwa Indonesia merupakan tujuan wisata yang menarik dengan berbagai keindahan alam yang menakjubkan, memiliki keragaman budaya dan sejarah yang menarik serta Indonesia memiliki kuliner khas di setiap daerahnya yang dapat menggugah selera. Pariwisata juga memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia yang dimana dapat menyumbangkan pendapatan yang signifikan dan menciptakan bagi daerah yang memiliki potensi pariwisata. Dengan infrastruktur pariwisata yang berkembang pesat dan aksesibilitas yang mudah, Indonesia menjadi tujuan yang ideal bagi wisatawan dari seluruh dunia. Hal tersebut dapat didukung pernyataan dari IDN Times yang menyatakan bahwa Bandung merupakan salah satu kota favorit dari sepuluh kota favorit di Indonesia untuk liburan pada tahun 2024. Dapat dikatakan demikian karena Bandung dapat dikenal sebagai kota yang menjadi pusat perbelanjaan dan pusat kuliner. Kota Bandung juga dikelilingi dengan pemandangan yang

menarik serta memiliki udara yang sejuk sehingga banyak wisatawan yang memilih suatu kota sebagai destinasi wisata untuk berlibur.



Gambar 1. 2 Data Kota Favorit Orang Indonesia untuk Liburan di 2024

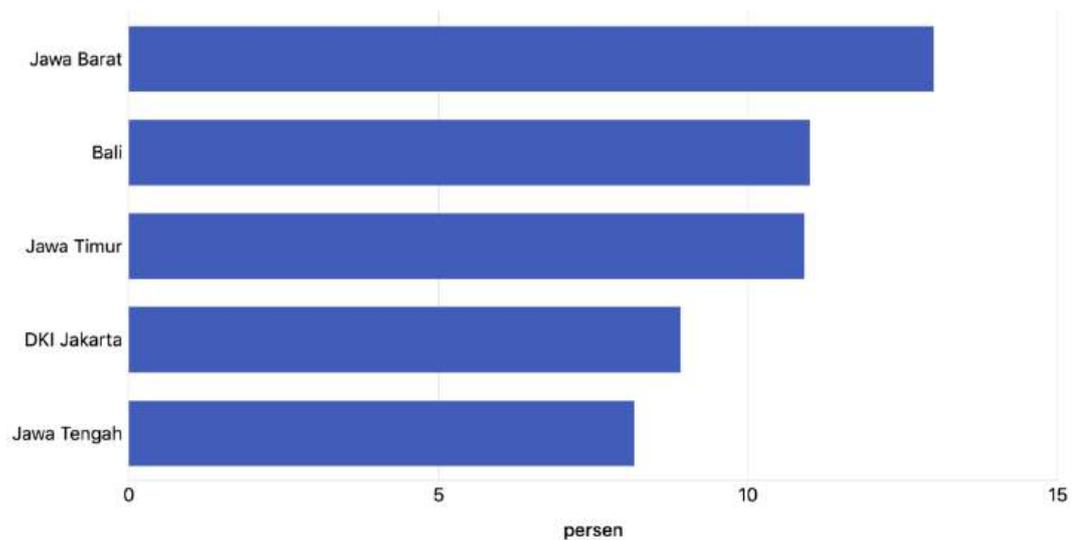
Sumber: Survey Goodstats (2024)

Berdasarkan dari **Gambar 1.2** yang menyatakan bahwa Kota Bandung masuk ke dalam tiga besar sebagai kota pilihan masyarakat Indonesia untuk melakukan liburan pada tahun 2024 menurut *Good Stats*. Bandung menawarkan berbagai pilihan hotel yang nyaman dan terjangkau. Dengan harga bersahabat, fasilitas lengkap, lokasi strategis, dan pilihan yang beragam (Bandung.go.id). Kota Bandung meraih 52,4% yang menempati peringkat ketiga setelah Yogyakarta dan Denpasar. Bandung merupakan salah satu kota yang menawarkan keindahan alam beserta dengan tempat wisata yang menarik. Selain itu, Bandung menyediakan akomodasi yang nyaman dan mudah terjangkau oleh pengunjung sehingga Bandung dapat dijadikan sebagai destinasi yang ideal untuk berlibur (Bandung.go.id). Berdasarkan pada **Gambar 1.2** terdapat berbagai macam alasan pengunjung ingin mengunjungi kota sebagai destinasi wisata seperti banyak pilihan tempat wisata yang menarik, memiliki keindahan alam yang menakjubkan, banyak tempat bersejarah, memiliki kuliner khas yang lezat, sarana dan prasarana

pariwisata yang mendukung, kemudahan akses, transportasi umum yang memadai, terkesan dengan suasana kota dan memiliki pusat perbelanjaan.

Pertumbuhan pariwisata juga berpengaruh karena adanya industri yang mendukung perkembangan atau pertumbuhan pariwisata di Indonesia. Salah satu yang mempengaruhi terhadap industri pariwisata yaitu industri perhotelan, terdapat hubungan dan keterkaitan yang erat antara industri pariwisata dengan industri perhotelan. Industri perhotelan merupakan peran yang sangat penting bagi sektor pariwisata. Hal tersebut didukung berdasarkan penelitian (Mulyana, 2019) yang menyatakan bahwa industri perhotelan juga memiliki dampak yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian negara Indonesia, dapat dilihat dari pendapatan maupun penciptaan lapangan pekerjaan. Akan tetapi, terdapat tantangan yang harus dihadapi oleh industri perhotelan sehingga industri perhotelan juga harus mampu dalam menghadapi persaingan yang ketat di era digital saat ini. Dengan adanya persaingan yang ketat sehingga kondisi ini yang membuat industri perhotelan untuk tetap berinovasi dalam memperkuat daya saing dan meningkatkan pengalaman pelanggan (*customer*) agar tetap bertahan dalam persaingan yang ketat antar industri perhotelan yang semakin berkembang. Oleh karena itu, berbagai negara memiliki upaya untuk menarik perhatian pengunjung serta wisatawan ke destinasi yang dituju. Dengan harapan agar dapat meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu negara (Gardi et al.2020).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 3 4 Provinsi dengan Proporsi Kamar Hotel & Penginapan Terbanyak
 Sumber: Databooks (2021)

Melansir pada **Gambar 1.3** yang menyatakan bahwa suatu proporsi kamar usaha akomodasi di Jawa Barat mencapai hampir 13% dari total nasional pada tahun 2021. Angka yang telah diperoleh terus meningkat dari 11,21% pada tahun sebelumnya. Sehingga Badan Pusat Statistik Jawa Barat mencatat usaha akomodasi di Jawa Barat lebih banyak dikelola oleh pihak independen dan manajemen jaringan hotel nasional ketimbang jaringan internasional. Jawa Barat merupakan proporsi kamar hotel yang menempati pada posisi pertama yang memiliki penginapan terbanyak. Sehingga perhotelan menjadi sebuah akomodasi yang menjanjikan di Indonesia hal tersebut dapat terjadi karena setiap kali orang bepergian, maka orang akan mencari akomodasi penginapan untuk menginap selama berlibur. Dengan adanya kebijakan otonomi daerah, kota-kota seperti Bandung menjadi lebih menarik bagi investor, yang berdampak positif pada sektor pariwisata. Data dari Dinas Pariwisata Kota Bandung menunjukkan bahwa jumlah hotel terus meningkat, mencerminkan potensi yang ada di pasar. Salah satu yang mempengaruhi terhadap industri pariwisata yaitu industri perhotelan. Terdapat keterkaitan yang erat antara industri pariwisata dengan industri perhotelan sehingga dapat dikatakan bahwa industri perhotelan merupakan peran yang sangat penting bagi sektor pariwisata. Bandung menawarkan berbagai pilihan hotel yang nyaman dan

terjangkau. Dengan harga bersahabat, fasilitas lengkap, lokasi strategis, dan pilihan yang beragam (Bandung.go.id). Hotel dianggap sebagai aspek atau elemen yang paling penting dari industri pariwisata. Alasannya karena hotel memenuhi kebutuhan tamu dan yang paling penting merupakan akomodasi (Prabhu et al. 2020).



Gambar 1. 4 Grafik Banyaknya Hotel Klasifikasi Bintang menurut Klasifikasi Tahun 2022

Sumber: bps.go.id (2022)

Berdasarkan dari **Gambar 1.4**, terdapat klasifikasi bintang pada tahun 2022. Pada hotel bintang dua sebanyak 765 usaha (20,33 persen) dengan jumlah kamar sebanyak 48.941 kamar (13,64 persen) dan hotel bintang dua berada di posisi kedua terbanyak setelah hotel bintang tiga (bps,go.id). Bisnis pariwisata di Indonesia memang mengalami pertumbuhan yang signifikan.

Dalam menjawab potensi pasar yang terus meningkat akibat dari bisnis pariwisata yang memiliki pertumbuhan signifikan, Kompas Gramedia Group hadir untuk mendukung di sektor industri perhotelan. Salah satunya, Amaris Hotel mengusung konsep hotel *budget* atau hotel bintang dua untuk menjawab kebutuhan konsumen yang menginginkan akomodasi sederhana namun nyaman. Hal tersebut merupakan sebuah strategi mencari solusi akomodasi yang efisien dan terjangkau bagi wisatawan. Hal tersebut dapat didukung oleh pernyataan yaitu di Indonesia hotel *budget* dan hotel menengah dapat ikut bersaing dengan hotel berbintang karena maraknya *trend online travel* serta

kehadiran teknologi yang dapat membantu transformasi hotel-hotel tersebut, selain itu hotel *budget* memiliki nilai kompetitif dari segi harga, kualitas, dan lokasi yang disukai oleh para backpacker maupun keluarga (Setyaningrum, 2019).

Berdasarkan pada **Gambar 1.5** merupakan *Top Brand Index* yang menggambarkan tingkat kekuatan merek dalam memposisikan diri dalam benak pelanggan dan diukur dengan tiga kriteria yaitu *mind share*, *market share*, dan *commitment share* seperti yang ditunjukkan pada **Gambar 1.5** parameter Top Brand. *Mind share* menunjukkan kekuatan merek dalam memposisikan diri dalam benak pelanggan untuk kategori hotel yang ditentukan. *Market share* menunjukkan kekuatan merek dalam pasar dan berkaitan erat dengan perilaku pembelian pelanggan. Serta *commitment share* menunjukkan kekuatan merek dalam mendorong pelanggan untuk membeli kembali di masa mendatang.



Gambar 1.5 Parameter *Top Brand*

Sumber: *Top Brand Award* (2024)

Data *Top Brand Index* pada **Gambar 1.6** menunjukkan bahwa dari tahun 2019 hingga tahun 2024 Fave Hotel, Amaris Hotel, Ibis *Budget*, Novotel dan POP Hotel menjadi hotel fase 2 yang paling dikenal di Indonesia, sehingga pada penelitian ini Amaris Hotel dijadikan sebagai objek penelitian. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Frontier Research* bahwa *Top Brand Award* hotel fase 2 dapat disampaikan dalam gambar berikut ini :

TOP BRAND INDEX (TBI) BUDGET HOTEL FASE 2 TAHUN 2019 -2024

Nama Hotel	Top Brand INDEX (TBI)					
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Fave Hotel	19,1%	19,8%	24,2%	27,5%	25,9%	23,5%
Amaris	23,4%	24,1%	24,1%	27,6%	24,0%	22,0%
Ibis Budget	18,9%	19,5%	21,3%	19,4%	20,3%	19,5%
Novotel	9,4%	13,7%	11,6%	8,3%	9,0%	12,2%
POP	8,5%	9,2%	8,1%	5,7%	7,0%	6,5%

Sumber : Top Brand Award tahun 2019 - 2024

Gambar 1. 6 Tabel Top Brand Index (TBI) Budget Hotel Tahun 2019-2024

Sumber: Top Brand Award (2024)

Berdasarkan pada **Gambar 1.6** yang telah tertera merupakan sebuah data *Top Brand Index* yang menunjukkan tingkat loyalitas dari beberapa perusahaan pada industri perhotelan fase 2 yang terdapat di Indonesia dan berdasarkan pada grafik maka Fave Hotel menempati posisi pertama sehingga hal tersebut dapat diindikasikan bahwa loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa Fave Hotel cukup setia terhadap fasilitas yang diberikan dari hotel tersebut dikarenakan memiliki pertumbuhan yang signifikan per tahunnya walaupun terdapat penurunan sedikit demi sedikit tetapi masih menjadi *Top Brand* pada kategori hotel *budget*. Sedangkan jika dilihat berdasarkan pada **Gambar 1.6** bahwa pada Amaris Hotel merupakan hotel yang memiliki persentase penurunan tertinggi di tahun 2022 - 2023 yaitu sebesar 3,6%, sehingga kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pengguna Amaris hotel belum cukup optimal karena tingkat *future intention* atau penggunaan kembali di masa mendatang pengguna jasa layanan Amaris Hotel masih di bawah kompetitor lainnya. Pernyataan tersebut dapat didukung oleh situs repository.uma.id yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang suatu produk atau jasa secara konsisten di tengah banyaknya pilihan lain dan situasi tertentu yang mampu mempengaruhi perubahan perilaku. Sehingga terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan

diantaranya adalah kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction*. Sehingga kepuasan pelanggan sebagai faktor yang kuat terhadap kesetiaan pelanggan untuk membeli ulang dan dapat merekomendasikan kepada siapapun yang mereka kenal. Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan atau *Service Quality*. Kualitas layanan yang baik maka akan meningkatkan penjualan, meningkatkan penguasaan pasar, dan mengarahkan atau memimpin pelanggan ke arah kesetiaan atau loyalitas.

Pertumbuhan penjualan merupakan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun. Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang (Zuliani et al.2014). Pertumbuhan penjualan pun berperan sangat penting bagi perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan dimasa lalu, dimana pertumbuhan penjualan dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan dimasa depan. Selain itu, pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Gambaran tentang kondisi kinerja suatu perusahaan dapat tercermin salah satunya dengan melihat kondisi pertumbuhan jumlah tamu menginap untuk melihat ukuran keberhasilan terhadap kinerja yang telah dicapai oleh sebuah organisasi di industri perhotelan.

Pertumbuhan penjualan yang telah dicantumkan pada **Tabel 1.1** menunjukkan perkembangan penjualan yang digambarkan sebagai jumlah tamu menginap di Amaris Hotel Cimanuk pada tahun 2022-2023 dan dibandingkan dengan bulan Januari - Oktober. Sehingga dapat dianalisis sesuai dengan **Tabel di 1.1** bahwa dari tahun-tahun sebelumnya terhadap bulan yang sama telah mengalami fluktuatif kenaikan dan penurunan. Kondisi ini secara umum sebagai dampak dari persaingan bisnis *budget* Hotel pada industri perhotelan.

Tabel 1. 1 Jumlah Tamu Menginap Tahun 2022-2024 (Bulan Januari-Oktober)

Bulan	Tahun			Growth	
	2022	2023	2024	2023/2022	2024/2023
Januari	1.236	1.265	1.180	2.35%	-6.72%
Februari	846	1.220	1.167	44.21%	-4.34%
Maret	1.309	1.273	975	-2.75%	-23.41%
April	672	1.106	998	64.58%	-9.76%
Mei	1.467	1.448	1.465	-1.30%	1.17%
Juni	1.507	1.508	1.422	0.07%	-5.70%
Juli	1.463	1.460	1.480	-0.21%	1.37%
Agustus	1.467	1.441	1.452	-1.77%	0.76%
September	1.294	1.357	1.376	4.87%	1.40%
Oktober	1.453	1.356	1.371	-7.36%	1.86%
	12.714	13.424	12.886	5.58%	-4.01%

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Data penjualan pada **Tabel 1.1** merupakan sebuah gambaran terhadap jumlah tamu yang menginap periode tahun 2022 hingga tahun 2024 pada periode bulan Januari-Oktober yang merupakan gambaran pertumbuhan penjualan pada tiga tahun terakhir yang terjadi pada Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Sehingga dari data yang diperoleh pada **Tabel 1.1** menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah tamu menginap di tahun 2024 terhadap tahun sebelumnya di tahun 2023 mengalami penurunan pertumbuhan sebesar -4,01%, meskipun sempat mengalami pertumbuhan di tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya pada tahun 2022 sebesar 5,58%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kondisi tersebut menunjukkan bahwa kinerja pertumbuhan penjualan Amaris Hotel Cimanuk Bandung belum memberikan

kinerja yang cukup baik di Tahun 2024 dibandingkan tingkat pertumbuhan jumlah tamu yang menginap pada tahun 2023.

Kepuasan pelanggan merupakan representasi dari pengukuran antara kinerja dan kebutuhan pelanggan (Hill et al, 2003). Pertanyaan tersebut dapat didukung oleh Eboli dan Mazulla (2009) bahwa mengukur kepuasan pelanggan melalui pengukuran kualitas layanan. Pelanggan mengungkapkan pandangan mereka tentang layanan dengan memberikan penilaian pada beberapa aspek layanan dengan cara survei kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah pertahanan yang paling baik melawan persaingan bisnis. Perusahaan yang berhasil menjaga agar pelanggannya selalu puas hampir tidak terkalahkan dalam bisnis. Pelanggan yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli, dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut.

Amaris hotel Cimanuk sebagai salah satu hotel *budget* secara konsisten yang telah melakukan survei dengan meminta umpan balik atau masukan kepada para pelanggannya atas layanan yang telah dinikmati selama pelanggan menginap sebagai upaya perbaikan internal agar dapat diperoleh kesesuaian antara kinerja hotel dengan kebutuhan pelanggan terkait layanan hotel *budget*. Salah satu metode survei yang biasa dilakukan Amaris Hotel Cimanuk untuk melakukan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan atribut-atribut tertentu secara kuantitatif untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang telah ditentukan. Perasaan senang atau kecewa pelanggan yang berasal dari kinerja yang diberikan atas layanan Amaris Hotel Cimanuk dapat dilihat pada **Gambar 1.7** Tabel Customer Satisfaction Index tahun 2024.

Atribut	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct
Cara Pemesanan Kamar	5,00	4,50	5,00	4,50	4,54	4,83	4,61	4,56	4,73	4,73
Kondisi Kamar	4,13	4,00	4,21	4,20	4,27	4,08	4,18	4,18	4,40	4,40
Kondisi Peralatan di Kamar	4,09	4,00	4,14	4,00	4,25	4,11	4,01	4,13	4,35	4,30
Sambungan Internet	3,80	3,80	4,21	4,00	3,73	4,08	3,76	3,86	4,42	3,88
Kesigapan, kecepatan dan keramahan staff	4,39	4,50	4,29	4,50	4,37	4,50	4,59	4,64	4,79	4,83
Total Index Customer Satisfaction	4,36	4,46	4,23	4,15	4,22	4,26	4,15	4,24	3,94	4,19

Gambar 1. 7 Customer Satisfaction Index Amaris Hotel Cimanuk Bandung

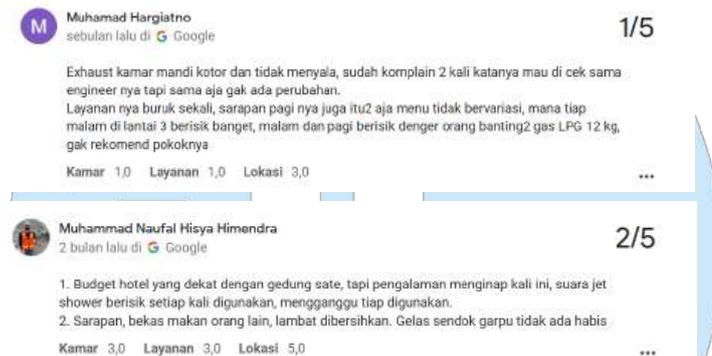
Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Dari data *customer satisfaction index* yang tertera pada **Gambar 1.7** dapat menunjukkan bahwa adanya *trend* atau kecenderungan indeks kepuasan pelanggan pada bulan Januari hingga Oktober tahun 2024 sehingga dapat memberikan gambaran kinerja hotel atas layanan yang telah diberikan terhadap tamu yang menginap di sepanjang periode tersebut. Akan tetapi, pada grafik yang tertera pada **Gambar 1.8** yang diperoleh dari *Guest Comment* untuk mengetahui progres dari kinerja hotel dari bulan Januari hingga Oktober tahun 2024 telah menunjukkan bahwa indeks kepuasan pelanggan mengalami penurunan indeks kepuasan sebesar -0,37% yang dihitung berdasarkan rata-rata Customer Satisfaction Index (CSI) pada periode bulan berjalan terhadap bulan sebelumnya. Jika dilihat pada **Gambar 1.8** dapat dilihat terdapat penurunan grafik *customer satisfaction index* pada Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Tentunya pada grafik ini menunjukkan bahwa terdapat penurunan *trend* terhadap kepuasan pelanggan Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Poin atau nilai customer index yang baik pada Amaris



Hotel Cimanuk Bandung memiliki nilai yang baik pada skala 5 di setiap poinnya.

Gambar 1. 8 Customer Satisfaction Index (CSI) Januari-Oktober Tahun 2024
Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)



Gambar 1. 9 Ulasan Negatif Google Review

Sumber: Google Review (2024)

Terdapat penurunan *trend* pada *customer satisfaction index* pada **gambar 1.8**, dapat dinyatakan pada beberapa ulasan menurut *Google Review* pada Amaris Hotel Cimanuk Bandung yang menyatakan bahwa complain yang diajukan seperti tampilan exhaust kamar mandi kotor dan tidak menyala, konsumen telah memanggil staf hotel untuk memperbaiki. Akan tetapi, konsumen tidak puas dengan hasil yang diberikan sehingga pengunjung hotel merasa kecewa dengan apa yang didapatkan. Selain itu, terdapat konsumen yang menyatakan bahwa sarapan yang tidak bervariasi dan peralatan makan yang habis sehingga pengalaman konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Hal tersebut menjadi sebuah permasalahan dan fenomena terhadap kepuasan pelanggan yang harus dibenahi atau diperbaiki oleh Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Dibalik pada ulasan yang negative, terdapat ulasan positif terkait dengan Amaris Hotel Cimanuk Bandung yang menunjukkan bahwa adanya kepuasan setelah menginap di Amaris Hotel Cimanuk Bandung pada **Gambar 1.10**



Gambar 1. 10 Ulasan Positif Google Review

Sumber: Google Review (2024)

Pada **Gambar 1.10** merupakan beberapa ulasan yang positif mengenai Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Dapat disimpulkan berdasarkan dari ulasan *Google Review* bahwa lokasi di Amaris Hotel Cimanuk Bandung memiliki lokasi yang strategis sehingga menjadi nilai tambahan bagi Amaris Hotel Cimanuk Bandung. Selain itu, dari pernyataan yang didapatkan oleh pernyataan tersebut bahwa respon staf yang helpful sehingga pelanggan atau pengunjung tamu merasa puas yang diberikan oleh Amaris Hotel Cimanuk Bandung

Agar mencapai suatu harapan guna untuk meningkatkan kesejahteraan suatu negara maka, pertumbuhan dan perkembangan negara dapat dilihat dari industri perhotelan. Industri perhotelan dianggap sebagai salah satu kunci utama yang memiliki peran penting dalam industri pariwisata. Pernyataan tersebut dapat didukung karena memiliki alasan bahwa industri pariwisata membutuhkan industri perhotelan karena hotel merupakan sebuah akomodasi yang akan memenuhi kebutuhan tamu (Prabhu et al. 2020). Selain itu, tamu tidak hanya menggunakan hotel sebagai tempat penginapan, tetapi tamu yang

mengunjungi hotel bisa mendapatkan benefit dari layanan yang disediakan dari pihak hotel seperti, kolam renang, restoran, taman bermain dan fasilitas yang telah tersedia di setiap hotel. Dari segi layanan karyawan, maka karyawan hotel juga merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis karena salah satu faktor kepuasan pelanggan dapat dicapai oleh *customer* adalah layanan yang diberikan oleh karyawan kepada tamu hotel (Anwar & Shukur, 2015). Kualitas pada pelayanan hotel akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Apabila *customer* mendapatkan pengalaman pelayanan yang buruk sehingga *customer* akan enggan kembali untuk mengunjungi hotel tersebut. Sedangkan, jika hotel memiliki kualitas pelayanan yang baik dari karyawan hotel kepada *customer*, maka akan mendorong tamu untuk tetap datang kembali ke hotel tersebut (Sultan et al., 2020). Maka dari itu, agar karyawan hotel memberikan pelayanan yang terbaik kepada *customer* atau tamu hotel, pihak hotel harus mampu untuk memperhatikan kesejahteraan karyawan yang akan berpengaruh terhadap pelayanan yang prima (Abdullah & Othman, 2015).

Dengan memperhatikan kesejahteraan karyawan yang memiliki dampak positif kepada karyawan hotel sehingga karyawan hotel memberikan pelayanan yang baik kepada *customer*, maka akan menghasilkan layanan yang berkualitas kepada *customer* hotel yang mengunjungi hotel tersebut. Industri perhotelan harus memiliki kualitas layanan yang berkualitas dikarenakan terdapat peningkatan pembangunan hotel yang dijadikan sebagai peluang investasi pada industri perhotelan yang setiap tahunnya akan berkembang (Ismael et al. 2021). Kualitas pelayanan hotel merupakan pelayanan berkualitas yang harus diberikan kepada seluruh *customer* hotel, layanan yang berkualitas akan berpengaruh kepuasan pelanggan yang akan didapatkan oleh seluruh industri perhotelan. Cara pihak hotel untuk mengetahui layanan yang diberikan memiliki kualitas yang tinggi maka pihak perhotelan harus menyediakan layanan seperti *feedback* dari *customer* hotel yang telah menginap di hotel dan pihak hotel akan mengetahui seberapa puas *customer* terhadap kepuasan layanan yang diberikan (Top & Ali, 2021). Kualitas

layanan yang buruk di hotel memang dapat berdampak besar pada kepuasan tamu. Ketika tamu merasa tidak puas, mereka cenderung tidak akan kembali dan mungkin akan memberikan ulasan negatif sehingga akan mempengaruhi reputasi hotel secara keseluruhan (Demir et al. 2020). Dalam pasar yang kompetitif saat ini, penyampaian layanan berkualitas tinggi merupakan sebuah kunci utama untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi tidak hanya meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali, tetapi juga mendorong mereka untuk merekomendasikan hotel kepada tamu atau *customer* yang lain (Ali, 2021). Terkait dengan kepuasan tamu terhadap layanan dan fasilitas yang diberikan kepada pengunjung. Pengunjung memiliki beberapa tipe untuk menentukan hotel yang dijadikan pelanggan atau *customer* sebagai tempat penginapan. Salah satu aspek yang dapat mempengaruhi pertumbuhan industri pariwisata adalah industri perhotelan. Terdapat keterkaitan yang erat antara industri pariwisata dengan industri perhotelan. Industri perhotelan merupakan peran yang sangat penting bagi sektor pariwisata. Alasannya adalah karena hotel memenuhi kebutuhan tamu dan yang paling penting merupakan akomodasi (Prabhu et al. 2020). Bisnis pariwisata di Indonesia memang mengalami pertumbuhan yang signifikan.

Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk memilih Hotel Amaris cabang Cimanuk Bandung. (Zeithaml, Bitner, & D, 2006) mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan, yaitu:

- a. *Reliability* (reliabilitas), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- c. *Assurance* (jaminan), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan

kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

- d. *Empathy* (empati), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
- e. *Tangibles* (bukti fisik), meliputi penampilan fasilitas seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti lakukan, maka peneliti akan meneliti pada bidang jasa, yaitu akomodasi perhotelan. Terlebih lagi, industri perhotelan merupakan peran yang sangat penting dalam sektor pariwisata. Dapat dilihat dari dampak ekonomi serta kepuasan pelanggan. Pengunjung hotel berpartisipasi dalam kegiatan sosial pertumbuhan ekonomi baik di negara berkembang maupun negara berkembang negara. Selain itu, tamu hotel melihat sebagai pilihan pertumbuhan yang menarik di banyak negara di dunia. Kualitas layanan di industri perhotelan berkonsentrasi pada kepuasan Kualitas layanan mempertimbangkan kebutuhan tamu (Abdullah, 2019).

Amaris Hotel Cimanuk Bandung merupakan hotel yang mengungjung konsep hotel *budget* sehingga Amaris Hotel Cimanuk Bandung harus memperbaiki kualitas layanannya, apabila kualitas layanan yang diberikan tidak dipertahankan kepada pengunjung hotel maka akan mengakibatkan turunnya tingkat kepuasan tamu atau pengunjung hotel yang memiliki akibat bahwa loyalitas pelanggan pun akan turut menurun. Sehingga dari akibat

yang terjadi, maka para pengunjung hotel akan berpindah ke industri perhotelan yang lebih menyesuaikan harapan dan memenuhi ekspektasi para pengunjung tamu. Jadi, beberapa pelanggan mungkin akan skeptis terhadap kualitas layanan yang diberikan Amaris Hotel Bandung di masa depan kepada pengunjung tamu yang akan datang. Maka dari itu, untuk mengevaluasi kembali terkait dengan kualitas layanan yang akan diberikan, Amaris hotel Cimanuk Bandung harus mengetahui aspek *service quality* atau kualitas layanan mana yang memiliki pengaruh besar pada tingkat kepuasan pelanggan.

Service quality ini memiliki dimensi-dimensi yang membantu perusahaan untuk menetapkan standar yang tinggi pada industri perhotelan, yaitu *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*. Dari penelitian terdahulu yang membahas Service Quality yang diteliti oleh Ali et al. (2021) bahwa industri perhotelan menyatakan bahwa 4 dari 5 dimensi service quality (*assurance, tangible, empathy dan responsiveness*) berpengaruh. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi *gap* dengan mengkaji kepuasan pelanggan pada salah satu hotel di Bandung yaitu Amaris Hotel Cimanuk Bandung yang dinilai pada kualitas layanan hotel. Dengan adanya fenomena diatas, penulis ingin melakukan riset lebih lanjut terkait kepuasan pelanggan pada salah satu hotel tertentu. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di Irak sedangkan peneliti melakukan penelitian di salah satu hotel Indonesia. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti untuk mengkaji apakah variabel yang sama dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan konsumen Amaris Hotel Cimanuk Bandung.

Mengingat Amaris Hotel juga merupakan hotel *budget*, maka para pengunjung atau tamu juga berharap agar Amaris Hotel Bandung Cimanuk senantiasa memperhatikan kepuasan pelanggan pada layanan yang akan diberikan kepada pengunjung. Sehingga Dengan memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanannya, maka Amaris Hotel Cimanuk Bandung dapat merubah ke arah yang lebih baik di masa depan untuk kepuasan

pelanggannya yang akan datang. Salah satu cara Amaris Hotel Cimanuk Bandung dalam memperbaiki *service quality* atau kualitas layanan yang dimiliki, maka dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi serta menganalisis lima dimensi yang terdapat pada suatu kualitas layanan yang terdiri dari *Reliability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness*. Tentunya pada dimensi-dimensi pada *service quality* memiliki keterkaitan yang erat satu sama lain hingga saling memberikan dampak atau pengaruh dalam membentuk persepsi pengunjung tentang *service quality* secara keseluruhan. *Reliability* atau keandalan merupakan sebuah elemen atau bagian untuk membangun kepercayaan pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepada pengunjung hotel. Apabila pengunjung hotel memiliki perasaan apabila layanan yang diberikan dapat dipercaya, tentunya hal ini akan memiliki dampak yang baik terhadap aspek-aspek kualitas layanan secara keseluruhan. *Assurance* atau jaminan memiliki keterkaitan antara kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap penyedia layanan. Sehingga dengan adanya jaminan maka setiap industri perhotelan harus memiliki kualitas layanan yang tinggi kepada pengunjung hotel. Apabila pelanggan memiliki nilai kepercayaan yang tinggi bahwa penyedia layanan memiliki keunggulan dalam memberikan layanan yang memadai sehingga penyedia layanan tersebut dapat lebih dipercaya dan pengunjung hotel akan merasa puas. Dimensi kualitas layanan pada *tangible* atau bukti fisik juga merupakan salah satu dimensi yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kepercayaan, keyakinan, dan responsivitas. Sehingga hal ini dapat terjadi meskipun aspek-aspek ini secara langsung terkait dengan bagian fisik dari suatu layanan. Selain itu, menunjukkan dimensi *service quality empathy* kepada pengunjung hotel maka akan meningkatkan suatu pandangan *service quality* secara keseluruhan sehingga empati dapat membangun keterkaitan yang baik antara penyedia layanan dengan pengunjung hotel. Dimensi *service quality* atau kualitas layanan selanjutnya yaitu *responsiveness*, *responsiveness* memiliki keterkaitan dengan kecepatan dan efisiensi tanggapan terhadap permintaan pelanggan. Apabila tanggapan yang

dilakukan oleh penyedia layanan cepat dan efisien, maka pelanggan akan semakin percaya dan puas dengan layanan yang diberikan. Oleh karena itu, dengan menjawab pertanyaan penelitian berikut maka penelitian ini memiliki tujuan untuk menemukan dan menganalisis *customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan dari *service quality* atau kualitas layanan pada Amaris Hotel Cimanuk Bandung.

1. Apakah variabel kualitas layanan *Reliability* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?
2. Apakah variabel kualitas layanan *Assurance* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?
3. Apakah variabel kualitas layanan *Tangible* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?
4. Apakah variabel kualitas layanan *Empathy* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?
5. Apakah variabel kualitas layanan *Responsiveness* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan mengenai rumusan masalah dan pertanyaan penelitian sebelumnya, sehingga hasil yang ingin diperoleh peneliti dalam meneliti penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis pengaruh dalam konteks *service quality Reliability* terhadap *Customer Satisfaction*.
2. Untuk menganalisis pengaruh dalam konteks *service quality Assurance* terhadap *Customer Satisfaction*.
3. Untuk menganalisis pengaruh dalam konteks *service quality Tangible* terhadap *Customer Satisfaction*.
4. Untuk menganalisis pengaruh dalam konteks *service quality Empathy* terhadap *Customer Satisfaction*.
5. Untuk menganalisis pengaruh dalam konteks *service quality Responsiveness* terhadap *Customer Satisfaction*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan menekankan fokus pada latar belakang serta telah diuraikan yang terdapat pada rumusan masalah penelitian ini, maka manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti yang akan bermanfaat bagi akademik serta memberikan manfaat kepada perusahaan adalah sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat bagi Akademik

Melalui penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti akan memperoleh pemahaman dan wawasan yang mendalam mengenai dimensi-dimensi kualitas layanan (*Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, dengan adanya penelitian ini, maka peneliti dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan peneliti mengenai pengaruh dimensi-dimensi kualitas layanan (*Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan.

1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan

Melalui penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dengan penelitian ini dapat menjadi petunjuk atau memberikan masukan serta saran yang akan memiliki manfaat kepada Amaris Hotel Cimanuk Bandung sebagai bahan evaluasi apabila terdapat permasalahan sehingga perusahaan dapat menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan perusahaan. Sehingga Amaris Hotel Cimanuk Bandung dapat memahami terkait dengan kualitas layanan yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Setelah menganalisis dari permasalahan, maka perusahaan diharapkan untuk meningkatkan kualitas layanan untuk pengunjung hotel setelah menemukan masalah tersebut.

1.5 Batasan Penelitian

Tentunya dalam proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang mempengaruhi validitas, *generalisability*, dan keabsahan hasil penelitian.

Penelitian ini memiliki batasan penelitian sehingga tidak akan melebar kepada topik yang lain dan memiliki fokus terhadap topik yang dibahas pada inti permasalahan yang terjadi sehingga akan menghasilkan data yang akurat.

Berikut merupakan batasan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Objek pada penelitian ini memiliki keterbatasan pada industri perhotelan Amaris Hotel Cimanuk Bandung.
2. Penelitian ini hanya dibatasi oleh variabel yang termasuk dalam bagian dimensi *service quality* atau kualitas layanan yaitu *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, dan Customer Satisfaction*.
3. Responden pada penelitian ini adalah pria dan wanita dengan memiliki rentang usia 18 sampai diatas 60 tahun yang bertempat tinggal di Indonesia serta pernah menginap di Amaris Hotel Cimanuk Bandung.
4. Cakupan penelitian ini dicapai dengan melakukan penyebaran kuesioner atau formulir (*Google Form*) kepada responden.
5. Waktu penelitian untuk mengisi *survey* hanya dilakukan mulai dari bulan Oktober hingga November 2024.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I Pendahuluan, peneliti akan menjelaskan pembahasan yang mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah pada penelitian ini dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan yang akan digunakan pada penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab II Landasan Teori, peneliti akan menjelaskan terhadap landasan teori dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan menjelaskan dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, dan Customer Satisfaction*. Selain itu, peneliti juga akan

membahas mengenai hipotesis penelitian pada penelitian ini, beserta kerangka kerja penelitian yang menjadi dasar dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III Metode Penelitian, peneliti akan menjelaskan pembahasan yang berisi mengenai gambaran umum objek penelitian yang diteliti, desain penelitian, populasi dan sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, teknik analisis data dan uji hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV Analisis dan Pembahasan, peneliti akan menjelaskan hasil kajian analisis yang telah diteliti oleh peneliti dan hasil pengujian yang telah dilakukan dalam bentuk uji statistik dan peneliti akan mendeskripsikan dalam bentuk gambar, tabel, dan penjelasan yang merupakan hasil dari analisis data yang telah dikumpulkan dan diolah.

BAB V KESIMPULAN

Pada Bab V Kesimpulan, peneliti akan menjabarkan penjelasan yang berisi mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang akan memberikan manfaat kepada perusahaan dan peneliti selanjutnya.

UWMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA