

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daerah Khusus Ibukota Jakarta (DKI Jakarta) adalah ibu kota Negara Indonesia dan salah satu kota terbesar di Indonesia, Jakarta juga disebut sebagai pusat ekonomi, bisnis, politik, dan kebudayaan . DKI Jakarta juga salah satu kota wisata di Indonesia, banyaknya lokasi-lokasi wisata seperti bangunan-bangunan sejarah, pusat perbelanjaan, tempat-tempat hiburan dll menjadi magnet bagi wisatawan local maupun international untuk datang ke Jakarta sebagai tujuan wisata, hal tersebut mendorong para pembisnis di bidang hotel untuk berlomba-lomba membangun hotel mereka di Jakarta.

Kunjungan wisatawan 2 tahun terakhir mengalami peningkatan, data dari pemerintah DKI Jakarta menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara bertambah setiap tahunnya, begitu pula tingkat penghunian kamar hotel berbintang yang meningkat jika dibandingkan dari tahun sebelumnya di bulan yang sama.

Tabel 1.1.1 : Keadaan Kunjungan Pariwisata Mancanegara DKI Jakarta 2016-2018

Bulan	Jumlah		
	2016	2017	2018
Januari	158.888	193.788	210.983
Februari	171.533	189.438	203.418
Maret	208.788	221.620	-
April	193.740	216.704	-
Mei	193.208	210.595	-
Juni	156.326	162.333	-
Juli	222.135	285.733	-
Agustus	276.260	286.365	-
September	234.887	224.855	-
Oktober	243.007	221.062	-
November	225.298	224.079	-
Desember	227.935	221.483	-

Tabel 1.1.2 : Data Tingkat Hunian Kamar Hotel Berbintang DKI Jakarta 2016-2018

Bulan	Jumlah		
	2016	2017	2018
Januari	54.44	56.75	64.74
Februari	56.15	61.83	62.43
Maret	59.09	64.25	-
April	55.64	58.17	-
Mei	57.6	66.30	-
Juni	53.06	54.45	-
Juli	52.51	62.16	-
Agustus	58.17	68.15	-
September	58.31	68.13	-
Oktober	69.89	65.22	-
November	62.59	67.30	-
Desember	62.04	66.37	-

Dengan banyaknya permintaan dari konsumen untuk kebutuhan hotel semakin tinggi juga tingkat persaingan diantara hotel-hotel berbintang dan hotel-hotel kelas melati, hotel-hotel bersaing dengan cara memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik untuk para konsumen.

Namun demikian peranan hotel untuk meningkatkan kualitas karyawannya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamu sering kali diabaikan, sering sekali terdengar sangat minimnya perhatian dari hotel untuk memberikan fasilitas yang baik untuk karyawannya sehingga karyawan tidak mempunyai motivasi lebih untuk bekerja bahkan memberikan pelayanan yang maksimal, Sehingga terkadang tamu tidak disambut dengan *welcome* dan merasa

mendapatkan pelayanan yang kurang memuaskan. Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen (Elu, 2005)

Pelayanan pertama yang baik bagi pelanggan sangatlah penting untuk memberikan kesan dari pelanggan terhadap fasilitas dan dari hotel itu sendiri, dengan mendapatkan kesan yang positif seperti penyambutan yang hangat, ucapan yang tulus, serta senyum dari staff maka pelanggan akan menilai positif ke hotel dan akan mengharapkan *hospitality* yang baik seterusnya. Kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan selama mereka menginap juga sangat penting demi menjaga kenyamanan dan kepuasan dari pelanggan itu sendiri. Menurut para akademisi, kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan (Oliver, 1980). Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml dkk., 1996) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Caruana, 2002). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk., 2004).

Pengaruh pelanggan yang loyal terhadap hotel sangatlah penting apabila pihak hotel ingin memasarkan produknya, Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan (Caruana, 2002). apabila pelanggan menjadi loyal maka besar kemungkinan pelanggan tersebut bisa menjadi *repeat purchase* atau merekomendasikan hotel

kita ke orang/pihak lain. Oleh sebab itu sangatlah menarik membahas tentang loyalitas pelanggan terhadap hotel.

1.2 Identifikasi Masalah

Hotel Fourpoints Jakarta Thamrin sudah beroperasi selama kurang lebih 2 tahun, namun dalam operasional ada masalah-masalah yang terjadi selama hotel itu beroperasi, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) berdampak pada operasional hotel sehingga tidak jarang staff bekerja lebih dari jam kerja mereka. Dampak selanjutnya yang memungkinkan bisa terjadi adalah menurunnya kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, kurangnya fokus dalam bekerja bisa berakibat kesalahan dalam bekerja, hal ini sangatlah penting untuk diperhatikan mengingat Hotel Fourpoints adalah business hotel yang sering digunakan oleh para pembisnis yang menuntut untuk bekerja secara cepat.

Department Front Office Fourpoints menjadi pilar utama bagi hotel untuk menyambut pelanggan dan memberikan kesan pelayanan yang baik, maka dari itu momen kesan pertama sangatlah penting bagi pelanggan, namun dalam beberapa moment staff hanya melakukan proses check-in sesuai dengan SOP hotel sehingga mengakibatkan pelanggan merasa kurang mendapat kesan yang lebih tentang hotel dan memiliki ekspektasi kecil tentang pelayanan hotel.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen loyal terhadap Hotel Fourpoints Jakarta Thamrin ?
2. Apa hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan?
3. Apa hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan?
4. Apa hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

- 1.4.1 Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen loyal terhadap Hotel Fourpoints Jakarta Thamrin
- 1.4.2 Untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan
- 1.4.3 Untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan
- 1.4.4 Untuk mengetahui hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi badan atau perorangan yang berkecimpung di dunia perhotelan, diharapkan mereka bisa memahami dan mengetahui betapa pentingnya kualitas layanan dan loyalitas pelanggan bagi bisnis mereka

Bagi dunia pendidikan, khususnya pendidikan dalam bidang Perhotelan khususnya Manajemen Perhotelan diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan bisa menjadi salah satu referensi untuk penelitian lebih lanjut.

Manfaat bagi penulis adalah suatu sarana untuk membuat karya tulis ilmiah dan untuk menerapkan berbagai ilmu yang telah diterima selama mengikuti pendidikan di Universitas Agung Podomoro