

BAB I

PENDAHULUAN

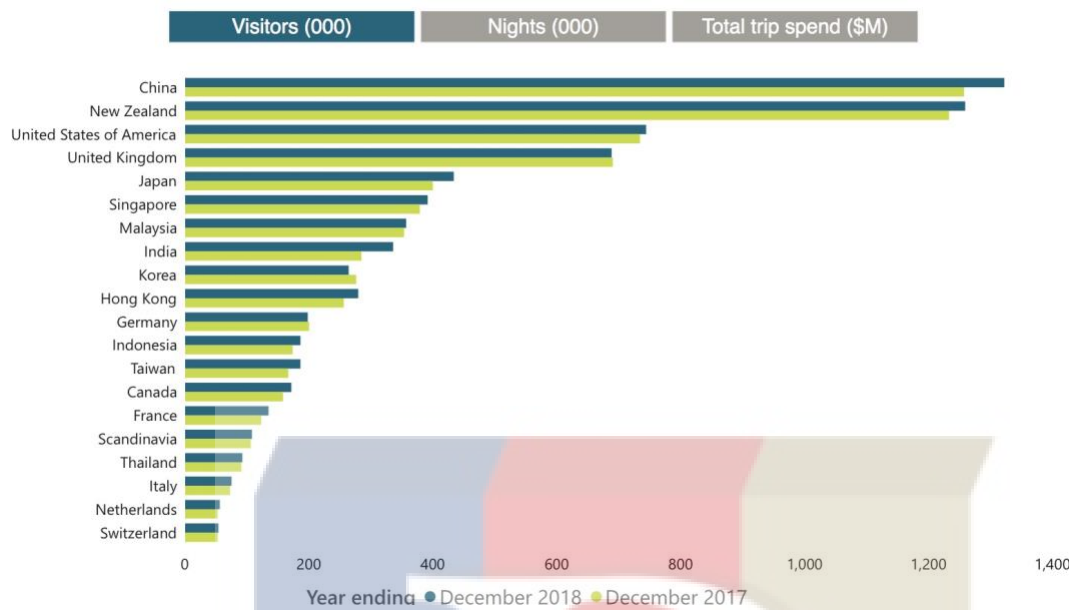
I.1 Latar Belakang

“Hotel merupakan sebuah jenis akomodasi yang menggunakan seluruh bagian bangunan dalam penyediaan suatu jasa pangan, papan, serta jasa lainnya yang ditawarkan secara komersial” (SK Menteri Pariwisata, POS, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86).

Pelayanan terbaik yaitu satu dari lain hal yang dikatakan keberhasilan sebuah hotel, tujuannya untuk lebih meningkatkan penjualan yang dalam hal ini adalah para konsumen.

Industri perhotelan sangatlah bergantung pada para konsumen karena bersifat penjualan produk dari produsen kepada konsumen. Produk yang dijual memiliki dua (2) sifat yaitu produk nyata seperti kamar, makanan, minuman, dan berbagai fasilitas hotel yang dapat dinikmati dan produk tidak nyata yaitu pelayanan itu sendiri. Maka, dapat disimpulkan bahwa semakin besar pengeluaran yang dihabiskan oleh para pengunjung, maka semakin banyak juga produk yang akan didapat para pengunjung. Jumlah penduduk di suatu kota yang terus meningkat sangat mempengaruhi pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat menyebabkan kualitas dan pelayanan yang paling diutamakan dalam menentukan pembelian suatu produk, salah satunya di kota Melbourne.

Melbourne merupakan kota yang sederhana tetapi sangat diminati oleh para wisatawan untuk dikunjungi karena Melbourne dikenal lebih sepi dan estetik dibandingkan dengan Sydney yang cenderung padat, baik masyarakat lokal maupun mancanegara. Di Melbourne sendiri, dapat dilihat dari perkembangan turis yang terus bertambah setiap tahunnya.



Gambar I.1 Jumlah peningkatan turis tahun 2017 – tahun 2018 di Melbourne

Berdasarkan gambar jumlah peningkatan turis yang datang ke Melbourne, dapat diketahui bahwa dari tahun 2017 hingga akhir tahun 2018 jumlah turis yang berkunjung ke Melbourne mengalami peningkatan contohnya turis yang berasal dari China, pada tahun 2017 berada pada angka 1.200 dan pada tahun 2018 berada pada angka lebih dari 1.300 dan seterusnya. Tingkat persaingan yang tinggi terjadi dalam industri perhotelan yang dimana dapat dilihat dari banyaknya jenis, produk dan karakteristik berbeda ditawarkan para pejuang usaha dalam bidang ini dalam mendapatkan perhatian serta minat dari konsumen dari berbagai kalangan dan kewarganegaraan.

Banyaknya wisatawan yang datang ke Melbourne, mempengaruhi perkembangan industri perhotelan yang ada di kota Melbourne. Salah satunya adalah hotel Park Hyatt Melbourne. Hotel Park Hyatt Melbourne sebagai salah satu perusahaan yang berkegiatan dalam industri perhotelan, memiliki lokasi yang efektif bagi para konsumen serta desain yang unik demi kenyamanan para konsumen. Maraknya bisnis perhotelan yang semakin banyak dengan berbagai merek dan kualitas, tentunya mempersulit para konsumen untuk menentukan hotel yang terbaik serta sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen. Namun, dengan banyaknya hotel yang bermunculan, setiap hotel juga terus melakukan inovasi-inovasi terhadap

produk yang mereka jual dan masing-masing memiliki keunggulan untuk tetap memuaskan para konsumen.

Hotel Park Hyatt Melbourne mempunyai desain, lokasi hingga interior yang sangat khas dimana memperhatikan setiap detail dan pelayanan. Park Hyatt Melbourne terletak di tengah kota sehingga sangatlah efisien bagi para wisatawan untuk bepergian. Hotel ini memiliki 240 kamar yang dimana 24 kamar merupakan kamar tipe suite dan termasuk Presidential Suite yang sangat mewah. Di dalam Park Hyatt Melbourne terdapat satu restoran dengan nama Raddi yang memiliki penghargaan sebagai restoran multi-level di dalam hotel yang menyajikan makanan Australia-Eropa Modern yang unik.

Persaingan usaha yang semakin ketat dalam industri perhotelan mewajibkan para pejuang bisnis pada industri ini untuk terus mempertahankan dan mengembangkan produk-produk dalam industri ini. Salah satu cara bagi para pejuang bisnis dalam industri ini untuk bertahan dan berkembang yaitu memahami perilaku konsumen, sehingga dapat terus memasarkan produk dengan semaksimal mungkin. Dalam hal ini, Hotel Park Hyatt Melbourne memiliki restoran yang bernama Raddi untuk memikat para konsumen dalam hal makanan dan minuman. Raddi memiliki konsep yang sangat menarik yaitu Australia-Eropa Modern. Tidak hanya restoran, tetapi Raddi juga memiliki bar yang mewah di dalamnya.

Ada beberapa hotel bintang lima (5) yang terletak tidak jauh dari Park Hyatt Melbourne seperti Grand Hyatt Melbourne, Sofitel Melbourne, Melbourne Marriot, Pullman Melbourne dan Sheraton Melbourne yang di dalamnya juga terdapat restoran tersendiri.

Daftar restoran di dalam hotel di Melbourne

Tabel I.1 Daftar Restoran di beberapa hotel di Melbourne

| Nama Hotel | Nama Restoran |
|-----------------------|---------------------------|
| Grand Hyatt Melbourne | Collin's Kitchen |
| Sofitel Melbourne | Sofitel Club Lounge |
| Melbourne Marriot | The Essence |
| Pullman Melbourne | Windows Restaurant |
| Sheraton Melbourne | Little Collins St Kitchen |

Dengan banyaknya hotel-hotel di sekitar hotel Park Hyatt Melbourne yang memiliki kelebihan dan karakternya masing-masing, membuat para konsumen dapat dengan leluasa memilih hotel yang sesuai bagi selera para konsumen. Selain itu, tugas daripada industri perhotelan ini adalah dengan menciptakan produk-produk yang memiliki kualitas tinggi yang sesuai dengan harapan para konsumen dan dapat bersaing dengan industri perhotelan lainnya. Tidak hanya memperhatikan kualitas, tetapi juga dapat menjalankan berbagai upaya dalam melakukan pemasaran yang efektif. Oleh karena latar belakang tersebut, peneliti memiliki daya tarik untuk menggunakan judul penelitian tentang pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran Raddi di hotel Park Hyatt Melbourne.

I.2 Identifikasi Masalah

Persaingan yang ketat diantara hotel-hotel yang berada di sekitar hotel Park Hyatt Melbourne membuat para konsumen memiliki banyak pertimbangan untuk memilih hotel yang sesuai dengan selera dan kebutuhan para konsumen. Bagi hotel Park Hyatt Melbourne untuk dapat tetap mempertahankan serta mengembangkan industri ini, maka penerapan strategi pemasaran yang efektif dan efisien sangatlah diperlukan. Untuk dapat menerapkan strategi pemasaran yang sesuai, maka dibutuhkan suatu riset dalam mengetahui perilaku konsumen. Setiap perusahaan yang mengerti tentang bagaimana tanggapan konsumen terhadap pemasaran, akan memiliki keunggulan yang lebih karena pemahaman tersebut menjadi sangat penting bagi pengembangan perusahaan sehingga dapat selaras dengan kebutuhan serta keinginan dari para konsumen. Selain itu, perusahaan juga harus mengetahui siapakah para konsumen dan tanggapan para konsumen terhadap produk-produk dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Belum diketahui karakteristik dari konsumen yang mengunjungi restoran Raddi di hotel Park Hyatt Melbourne.
2. Belum diketahui relasi antara perilaku dari para konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran Raddi di hotel Park Hyatt Melbourne.

I.3 Perumusan Penelitian

Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik dari para konsumen yang mengunjungi restoran Raddi di hotel Park Hyatt Melbourne?

2. Bagaimana relasi antara perilaku dari para konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran Ratii di hotel Park Hyatt Melbourne?

I.4 Tujuan Penelitian

Atas dasar perumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan yang di dapat untuk penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui karakteristik dari para konsumen yang mengunjungi restoran Ratii di hotel Park Hyatt Melbourne.
2. Untuk mengetahui relasi antara perilaku dari para konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran Ratii di hotel Park Hyatt Melbourne.

I.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi institusi pendidikan, hasil akhir pada penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk studi penelitian selanjutnya.
2. Bagi perusahaan, hasil akhir pada penelitian ini dapat memberikan informasi tentang spesifikasi produk yang diharapkan dari para konsumen, sehingga selanjutnya dapat digunakan sebagai pengembangan produk ataupun pengembangan strategi pemasaran.
3. Bagi peneliti, hasil akhir pada penelitian ini akan digunakan untuk peningkatan pengetahuan serta wawasan mengenai perilaku konsumen.

I.5 Batasan Penelitian

1. Objek yang diteliti dari penelitian ini adalah konsumen dari restoran Ratii di hotel Park Hyatt Melbourne.
2. Analisis tentang keputusan pembelian hanya dibatasi untuk para konsumen yang akan diteliti dari restoran Ratii di hotel Park Hyatt Melbourne.
3. Analisis tentang perilaku konsumen terhadap para konsumen dari restoran Ratii di hotel Park Hyatt Melbourne dilakukan untuk mengetahui karakteristik produk yang diharapkan dari para konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian produk.

4. Batasan waktu yang dilakukan peneliti dalam penelitian yakni selama satu minggu dari tanggal 10 Juni tahun 2019 hingga 17 Juni tahun 2019.

