

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis bagi perusahaan yang ada di seluruh dunia. Seiring perkembangan zaman dan tantangan bisnis salah satu implikasinya adalah perdagangan bebas yang mengharuskan semua pelaku bisnis baik yang bergerak dalam bidang industri perdagangan maupun jasa untuk mampu bersaing dalam dunia bisnis. Tingkat ketergantungan antar bangsa saat ini tidak dapat dihindari, kehidupan dunia yang semakin maju yang ditandai oleh semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, serta kemajuan dalam perdagangan di mana kemajuan tersebut dapat dijadikan tolak ukur berkembangnya suatu negara (Setyawati & Septiani, 2021).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang tujuannya menyediakan barang dan jasa bagi pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kesuksesan dari usaha pemasaran bisa dilihat dari volume penjualan yang besar dan keuntungan yang optimal, sedangkan dari pihak pelanggan dapat dilihat dari kepuasan mengkonsumsi barang atau jasa tersebut (Fatihudin & Firmansyah, 2019;24).

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan konsumen. Pelayanan merupakan perilaku penyedia jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keinginan dan kepuasan pada konsumen itu sendiri (Atmaja, 2018). Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan

menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi, pembelian ulang yang lebih sering, dan juga membangun kualitas dan keyakinan dari pada konsumen terhadap penyedia jasa atau dalam penelitian ini adalah Hotel Sotis. Dari sinilah bisa diketahui bahwa penilaian suatu hotel berdasarkan beberapa kriteria mutlak sebanyak 25 mencakup aspek produk, pelayanan dan pengolahan. Jika Hotel telah memenuhi kriteria mutlak tersebut maka hotel akan diskoring sesuai standar hotel di antaranya menyangkut aspek product adalah bahan bangunan, penanda arah, parkir, lobi, toilet umum, front office, fasilitas makan dan minum, kamar tidur tamu, dapur atau pantry, kantor, utilitas, dan pengelolaan limbah.

Kualitas adalah pelanggan tentang kualitas keseluruhan atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan ditinjau dari fungsinya secara relatif dengan produk dan jasa yang lain. Salah satu cara untuk mengetahui persepsi kualitas dari konsumen adalah dengan menganalisis persepsi kualitas dari konsumen terhadap produk atau jasa (Reppi, Tumbel & Jorie, 2015).

Di samping itu ada juga keyakinan konsumen yang akan menjadi tolak ukur perusahaan atau hotel dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Dimana keyakinan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Keyakinan itu didasarkan atas pengetahuan opini dan keyakinan yang mungkin dipengaruhi dan tidak dipengaruhi oleh rasa emosional. Setelah keyakinan maka akan timbul sikap yang telah dipengaruhi oleh keyakinan sebelumnya. Dalam keputusan konsumen faktor keyakinan digunakan untuk menentukan seberapa besar kepercayaan dan harapan keputusan konsumen terhadap jasa atau produk yang di janjikan oleh

produsen. Keyakinan merupakan keterampilan yang dimiliki baik oleh individu maupun kelompok yang mengguakan sisi emosional, karena apa yang salah satu pihak lakukan dapat memberikan pengaruh terhadap pihak lain berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak (Amilia & Asmara, 2017).

Perilaku konsumen adalah bagaimana konsumen akan menanggapi atau akan merespons bila terjadi perubahan harga atas suatu permintaan barang atau jasa yang diperlukan. Perilaku konsumen akan termotivasi oleh kebutuhan. Kebutuhan akan memunculkan perilaku yang diperkirakan memiliki kemungkinan terbesar untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Kebutuhan yang dirasakan akan diekspresikan dalam perilaku konsumsi (Suprihatin, 2020).

Nusa Tenggara Timur adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki objek wisata dengan berbagai alam dan budaya daerah yang beranekaragam serta tidak kalah menariknya dengan objek wisata yang terdapat di daerah lain. Di provinsi Nusa Tenggara Timur terdapat 22 kabupaten/kota yang masing-masing memiliki kekayaan alam serta budaya yang unik dan berbeda. Hal ini yang membuat wisatawan, domestic maupun mancanegara memutuskan untuk berkunjung ke Nusa Tenggara Timur.

Berkembangnya industri pariwisata di Nusa Tenggara Timur, ditandai dengan berkembangnya jumlah akomodasi, jasa tataboga dan restoran, transportasi, tempat penukaran mata uang asing, antraksi wisata, cendra mata dan biro perjalanan. Semua itu merupakan unsur yang terdapat dalam industry pariwisata.

Salah satu aspek kepariwisataan dari unsur akomodasi, yakni yang berkaitan dengan jasa penginapan yaitu hotel.

Dewasa ini semakin disadari bahwa aspek pelayanan semakin memegang peranan penting dalam setiap kegiatan usaha, bukan saja pada kelompok industri perhotelan, tetapi juga pada bidang-bidang usaha yang secara tradisional memasarkan produk-produk yang berwujud fisik. Ada kecenderungan bahwa bidang-bidang usaha yang secara tradisional hanya menawarkan produk yang bersifat fisik saat ini, juga mulai mengemas produk-produknya dengan menambahkan elemen pelayanan secara terpadu untuk semakin memikat dan menarik para pelanggannya.

Salah satu wilayah di Nusa Tenggara Timur yang sudah terdapat banyak hotel serta penginapan yakni Kota Kupang. Hotel-hotel ini dibangun demi memenuhi kebutuhan akomodasi bagi para wisatawan. Semakin banyak hotel yang terdapat di Kota Kupang maka semakin memperketat persaingan dalam menyediakan jasa penginapan. Para pengusaha hotel dalam menjalankan bisnisnya perlu menerapkan strategi pemasaran agar bisnis yang dijalankan mampu bersaing dengan bisnis lain karena usaha jasa bidang perhotelan merupakan suatu industry yang fluktuasi dimana tinggi rendah tingkat hunian hotel sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan juga eksternal. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar perusahaan yaitu mengenai faktor sosial, ekonomi, dan kebijakan perusahaan atau hotel. Faktor internal yakni faktor yang ada dalam perusahaan atau hotel itu sendiri yaitu terhadap fasilitas apa saja yang dimiliki hotel termasuk kualitas pelayanan (service).

Hotel saat ini menjadi sebuah jenis sarana dalam bidang pariwisata yang berdampak juga bagi perkembangan suatu daerah. Salah satu nilai pentingnya menumbuhkembangkan sarana dan prasarana yang menunjang wisata bagi suatu daerah. Hotel merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk menikmati pelayanan penginapan yang baru. Hotel perlu mengadakan kegiatan bersama dengan tempat-tempat rekreasi, hiburan dan lainnya untuk menonjolkan sesuatu yang khas dari suatu objek wisata agar dapat menjadi daya tarik suatu daerah. Oleh karena itu perlu dibuat sebuah usaha untuk meningkatkan potensi ekonomis ini dengan memberikan sentuhan atau dukungan agar menarik wisatawan dalam menikmati pelayanan hotel asli daerah. Fenomena inilah yang menjadi perhatian khusus pebisnis yang ingin mengembangkan potensi wisata di Kota Kupang.

Pada umumnya para tamu dipengaruhi oleh beberapa hal seperti harga, pelayanan dari para karyawan, proses selama pembelian serta bentuk fisik daripada tempat penyedia jasa tersebut. Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dan jasa dari sekian banyak pilihan. Keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah, kemudian mengevaluasinya, dan memutuskan produk dan jasa yang paling sesuai dengan kebutuhan. Seorang konsumen disini akan mengevaluasi berbagai alternatif yang diyakini tepat serta sesuai dengan kebutuhannya.

Hotel Sotis adalah salah satu hotel bintang 4 yang berada di Kota Kupang. Hotel Sotis merupakan Gedung berlantai 3 dan memiliki 38 kamar deluxe, 44 premier, 5 suite, dan 1 penthouse dengan ketinggian kemewahan dan kenyamanan desain konsep gaya hidup modern, aksen budaya asli tradisi dan warisan Kupang, dan panorama tropis pantai Pasir Panjang yang indah. Semua kamar tamu, suite, dan penthouse sepenuhnya dikontrol secara AC. Sotis Hotel Kupang adalah tambahan yang berbeda untuk Kupang dan pilihan cerdas bagi para pelancong. Hotel ini terletak 0,5 km dari pusat kota dan menyediakan aksesibilitas ke fasilitas kota yang penting. Dengan lokasinya yang strategis, hotel ini menawarkan akses mudah ke destinasi yang wajib dikunjungi di kota ini. Di Sotis Hotel Kupang, pelayanan istimewa dan fasilitas yang unggul akan membuat pengalaman menginap Anda tidak terlupakan.

Ada beberapa fasilitas hotel ini seperti layanan kamar 24 jam, WiFi gratis di semua kamar, satpam 24 jam, layanan kebersihan harian, perapian. Nikmati fasilitas kamar berkualitas tinggi selama Anda menginap di sini. Beberapa kamar memiliki televisi layar datar, lantai karpet, kopi instan gratis, teh gratis, minuman selamat datang gratis, yang disediakan untuk membantu Anda mengumpulkan tenaga kembali setelah lelah beraktivitas. Daftar lengkap fasilitas rekreasi tersedia di hotel termasuk perahu, kano, snorkeling, pantai pribadi, pusat kebugaran dirancang untuk melarikan diri dan relaksasi. Sotis Hotel Kupang adalah pilihan cerdas bagi wisatawan ke Kupang, menawarkan masa inap yang santai dan bebas repot setiap saat.

Lokasi Hotel Sotis berada di jalan Timor Raya km. 3, Pasir Panjang, Kota lama, Kupang, Nusa Tenggara Timur, Hotel Sotis sendiri berada di jalan antar provinsi dan area hotel memiliki pemandangan yang langsung berhadapan dengan laut hal inilah yang menjadi daya tarik sendiri bagi hotel sotis menjadi pilihan untuk menginap. Perkembangan tingkat hunian kamar atau jumlah tamu pada Hotel Sotis selama 4 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1

Jumlah tamu Hotel Sotis periode 2019-2022

No.	Tahun	Jumlah Tamu Hotel	Presentase
1.	2019	24.726	28.70%
2.	2020	19.144	22.22%
3.	2021	19.863	23.05%
4	2022	22.430	26.03%
Jumlah		86.163	100%

Sumber : Sotis Hotel Kupang, 2022

Dari data diatas terlihat bahwa jumlah pengunjung pada Hotel Sotis Kupang mengalami fluktuasi selama 4 tahun terakhir dimana pada tahun 2019 jumlah pengunjung pada Hotel Sotis Kupang adalah sebanyak 24.726 pengunjung, dan mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi 19.144 pengunjung. Pada tahun 2021 jumlah pengunjung pada Hotel Sotis Kupang mengalami sedikit peningkatan menjadi 19.836 orang, kemudian mengalami peningkatan lagi menjadi 22.430 orang pada tahun 2022. Fenomena ini menunjukkan bahwa terjadinya fluktuasi jumlah pengunjung pada Hotel Sotis Kupang dari tahun ke tahun. Hal ini bisa disebabkan oleh faktor eksternal dan internal dari dalam Hotel Sotis Kupang

sendiri. Faktor eksternal meliputi sosial, ekonomi dan kebijakan pemerintah. Sedangkan faktor internal meliputi harga yang ditawarkan, kepribadian dan layanan karyawan, lokasi, keamanan, kebersihan dan fasilitas kesehatan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi Hotel Sotis Kupang perlu memberikan tanggapan yang serius karena dalam pemasaran jasa sangat dibutuhkan kemampuan untuk tetap menjaga dan mempertahankan konsumen atau pelanggan yang ada dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang berhubungan langsung dengan keputusan pembelian jasa yang ada pada Hotel Sotis Kupang dan juga memberikan keyakinan yang baik bagi konsumen agar tetap menggunakan jasa yang ada pada Hotel Sotis Kupang.

Selain itu penulis mengkaji beberapa penelitian terdahulu guna mendukung permasalahan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sinuhaji (2020), dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Sibanyak Multinasional Barastagi Kabupaten Karo” Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa t hitung pada variabel harga sebesar $4,640 > t$ tabel sebesar $1,984$ dengan probabilitas t yakni $\text{sig } 0,000 < \text{batasan signifikan sebesar } 0,5$ sehingga berdasarkan nilai tersebut maka variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas layanan. Sedangkan pada variabel kualitas layanan sebesar t hitung $3,401 > t$ tabel $1,984$ dengan probabilitas t yakni $\text{sig } 0,001 < \text{batasan signifikan sebesar } 0,05$ maka variabel kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan menginap. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diperoleh nilai f hitung sebesar $24,521 > 3,10$ dengan $\text{sig } 0,000 < 0,05$

menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima .sehingga dengan demikian terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap.Penelitian yang dilakukan oleh Renaldi & Fairliantina (2022) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Tamu Sebagai Variabel Intervening Keputusan Menginap di Hotel Prasada Mansion” Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (0,289%),kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap melalui kepuasan tamu sebagai variable intervening (0,454%),serta kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap melalui kepuasan tamu sebagai variable intervening (0,345%).

Berdasarkan permasalahan dan penelitian diatas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keyakinan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Hotel Sotis Kupang”**.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan keyakinan konsumen terhadap keputusan menginap di Hotel Sotis Kupang.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian yang telah disajikan diatas, maka persoalan pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Hotel Sotis Kupang?
2. Apakah keyakinan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Hotel Sotis Kupang?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Hotel Sotis Kupang.
2. Untuk menganalisis pengaruh keyakinan terhadap keputusan pembelian di Hotel Sotis Kupang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi yang berguna dalam menambah sarana pustaka fakultas ekonomi, dan sebagai pengembangan wawasan pengetahuan dalam dunia pemasaran. menjadi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam mengembangkan penelitian tentang hubungan antara variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan di Hotel Sotis Kupang. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini diharapkan menjadi bahan sebuah pertimbangan bagi pemasar atau

pemilik usaha dalam pengambilan keputusan dan kebijakan serta sebagai tambahan referensi juga perbaiki kinerja dalam pengambilan kebijakan perusahaan yang strategis dimasa yang akan datang.