

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang pesat, yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi semakin meningkat, berpengaruh terhadap persaingan bisnis di seluruh belahan dunia. Hal ini juga berdampak pada Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia. Perkembangan industri di Indonesia juga sangat meningkat, khususnya industri pada sektor jasa. Salah satu sektor jasa yang menjadi andalan Indonesia adalah industri pariwisata yang merupakan salah satu industri yang menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Indonesia memiliki banyak objek pariwisata yang mampu menarik minat turis asing untuk berkunjung dan berwisata. (Azri Aberian Partamo & Ruzikna, 2015)

Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan makin menyadari pentingnya aspek loyalitas pelanggan untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Seorang pelanggan yang *loyal* menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Dipertahankannya pelanggan yang *loyal* dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan pelanggan yang lama daripada mencari pelanggan baru. (Nadra, 2017)

Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih bersemangat dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing

dibandingkan kompetitor. Kualitas Pelayananlah yang menjadi poin utama dalam jasa perhotelan ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi Loyalitas seorang pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah jaminan terbaik atas Loyalitas Pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. (Nadra, 2017)

Loyalitas Pelanggan mempunyai peranan yang sangat prioritas dalam suatu perusahaan, mempertahankan *customer* berarti membantu dalam meningkatkan performa keuangan dan mempertahankan eksistensi perusahaan. Hal tersebut menjadi tolak ukur prioritas bagi suatu perusahaan dapat mempertahankan dan menarik pelanggan, Griffin (2005) mendefinisikan bahwa pelanggan *loyal* mempunyai karakteristik membeli antarlini produk dan *service*, menyebarkan ke orang lain, kebal terhadap pengaruh kompetitor, dan pembelian yang sering dan berulang. Salah satu variabel yang ada dalam konteks pemasaran dan berpotensi dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan adalah Kualitas Pelayanan. Menurut Fadli *et al.*, 2023 mendefinisikan Kualitas Pelayanan yaitu suatu konsep perbandingan layanan yang diterima dan layanan yang diekspektasikan konsumen

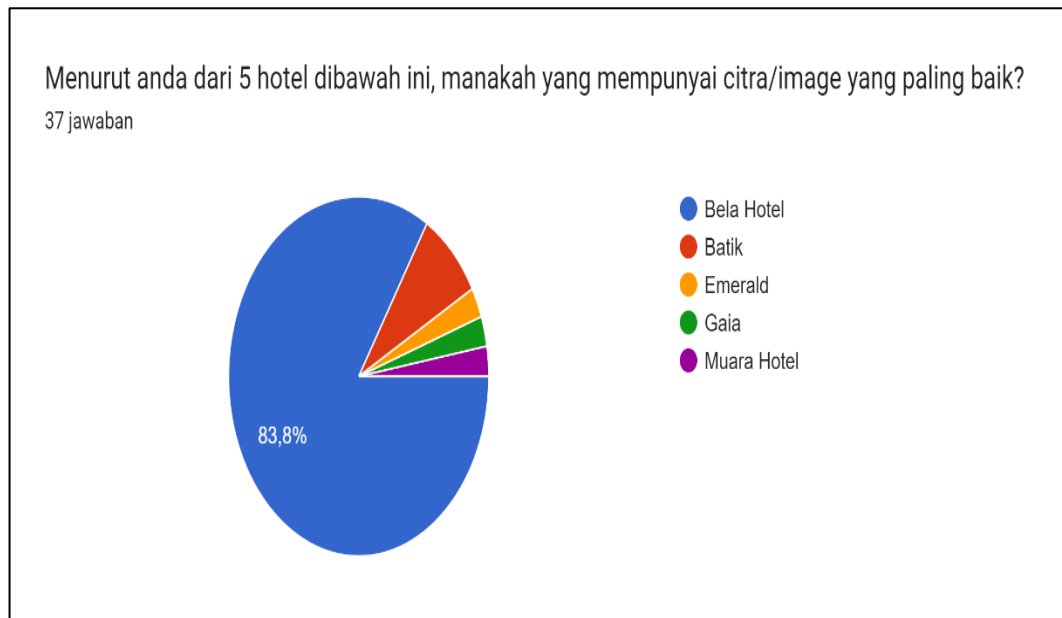
Oleh karena itu salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan Kualitas Layanannya kepada pelanggan guna mencapai kepuasan. Kualitas Layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan dengan harapan pelanggan. Hal ini berarti suatu kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi perusahaan melainkan berdasarkan sudut pandang

konsumen. Sehingga baik buruknya kualitas layanan menjadi tanggung jawab seluruh bagian organisasi perusahaan. (Thalib & Harimurti, 2021)

Selain perlu peningkatan Kualitas Pelayanan dalam suatu perusahaan Citra Perusahaan juga berperan penting dalam hal menjaga Loyalitas Pelanggan atas pelayanan yang diterima karena Citra Perusahaan dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri Perusahaan. Persepsi seseorang didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang Perusahaan yang bersangkutan. Citra Perusahaan yang baik merupakan suatu aset yang tinggi nilainya bagi setiap Perusahaan yang akan menimbulkan rasa kepercayaan terhadap kualitas Perusahaan dalam melayani Pelanggan. Citra akan mendukung persaingan suatu Perusahaan dalam jangka waktu menengah bahkan sampai jangka waktu Panjang, oleh karena itu Perusahaan manapun berkewajiban membangun serta menjaga citra baik perusahaan (Jamaan, 2016)

Sebelumnya peneliti telah melakukan mini riset terhadap 37 responden, Mengenai citra dari 5 hotel yang ada di kota ternate.

Gambar 1.1 Mini Riset



Sumber: Prariset Oktober 2023

Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa dari 5 hotel yang ada di kota Ternate Bela hotel mempunyai citra atau Image yang paling baik di mata Masyarakat yaitu dengan jumlah sebanyak 31 orang dengan presentase 83,8%, Batik Hotel sebanyak 3 responden dengan presentase 8,1%, Emerald Hotel sebanyak 1 responden dengan presentase 2,7%, Gaia sebanyak 1 responden dengan presentase 2,7%, dan Muara Hotel sebanyak 1 responden dengan presentase 2,7%.

Berikut ini diagram tentang jumlah responden yang menginap di hotel ternate berdasarkan mini riset pada 37 responden.

Gambar 1.2 Mini Riset

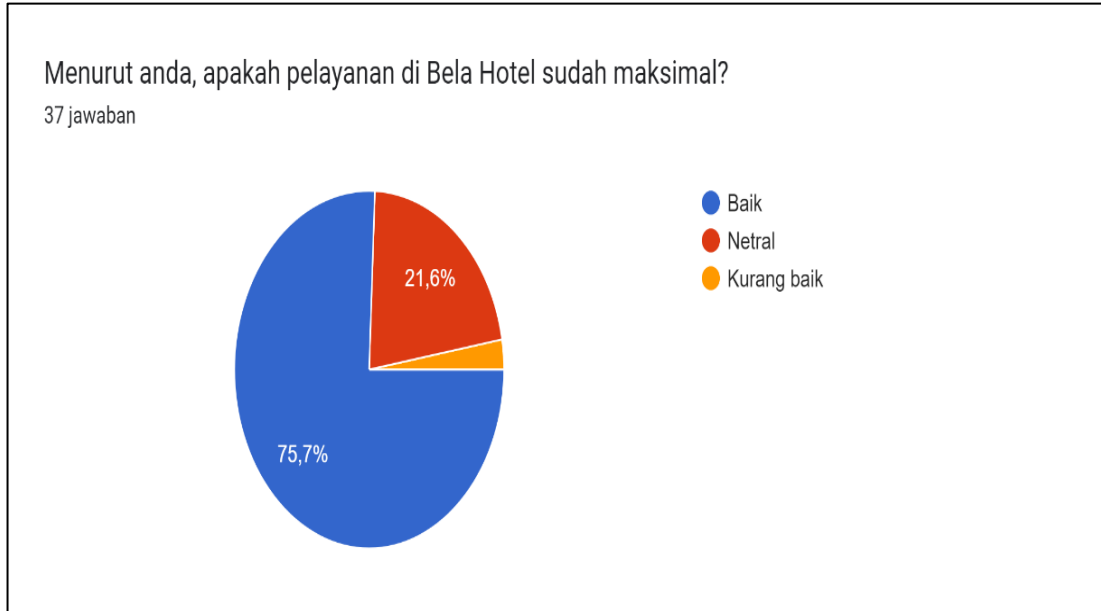


Sumber: Prariset oktober 2023

Berdasarkan diagram di atas bahwa kebanyakan responden menginap pada Bela Hotel lebih dari dua kali sebanyak 29 responden dengan presentase 78,4% dan kurang dari dua kali sebanyak 8 responden dengan presentase 21,6%.

Berikut ini diagram tentang kualitas pelayanan yang ada di Bela hotel Ternate

Gambar 1.3 Mini Riset



Sumber: Prariset Oktober 2023

Berdasarkan diagram diatas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan pada Bela Hotel Ternate sebanyak 28 responden dengan presentase 75,7% yang artinya pelayanan pada Bela hotel Ternate sudah maksimal, Netral sebanyak 8 responden dengan presentase 21,6% dan yang menjawab kurang baik sebanyak 1 responden dengan presentase 2,7%

Bela Hotel Ternate merupakan salah satu hotel di kota Ternate provinsi Maluku Utara yang sebelumnya bernama Hotel Amara *International* yang mulai beroperasi pada tanggal 22 Desember 2007 di bawah manajemen Hotel Amara *International*. Pada tanggal 08 Agustus 2010 Hotel Amara *International* berubah nama menjadi *Grand Dafam* Bela Ternate di bawah Manajemen *Dafam* Hotel (DHM). Hingga Januari 2020 *Grand Dafam* Bela Ternate di bawah manajemen Sahid Hotel dan *Resort* berubah nama menjadi Sahid Bela Ternate.

Sebagai salah satu Hotel berbintang 4 di Kota Ternate Provinsi Maluku Utara, Bela Hotel Ternate yang dikelola oleh Sahid Hotel dan *Resort* menawarkan berbagai fasilitas kepada tamu baik wisatawan maupun orang-orang yang memerlukan fasilitasnya. Berikut fasilitas yang dimiliki oleh Bela Hotel Ternate, Kamar *Deluxe*, Kamar *Executive Club*, Kamar *Executive Suite*, Pandokan (*cotatage*), Kamar *Presidential Suite*, Ruang Rapat dan Pertemuan, Cengkeh *Private Dinning Room*, Hiburan dan Kolam Renang, Setiap hotel tak terkecuali Bela Hotel Ternate berusaha untuk mengembangkan usahanya salah satunya dengan memperhatikan proses pemasaran yang efektif sehingga membuat para pelanggan Bela Hotel Ternate memiliki kepercayaan terhadap fasilitas yang ditawarkan Bela Hotel Ternate, serta memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan Bela Hotel Ternate dan diharapkan loyalitas pelanggan dapat tercapai.

Fenomena yang dapat dilihat disini yaitu Bela Hotel merupakan salah satu hotel berbintang 4 yang ada di kota Ternate, Bela hotel dapat dikategorikan sebagai hotel berbintang 4 apabila memiliki *rest area*, tempat rekreasi dan tempat berbelanja di dalamnya, namun pada kenyataannya bela hotel belum mempunyai beberapa fasilitas untuk mencapai standar hotel berbintang 4.

Bela hotel sudah beroperasi sejak tahun 2007 sampe saat ini yang dimana kurang lebih 16 tahun sejak berdirinya Bela Hotel Ternate, dalam hal ini tentu saja fasilitas yang dimiliki bela hotel ternate tentunya mengalami banyak perubahan sehingga perlu adanya perbaikan untuk memberikan fasilitas yang nyaman dan memadai bagi para pelanggan di Bela Hotel Ternate, selain fasilitas tentunya dari sisi kualitas pelayanannya juga harus diperhatikan karena kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan dengan harapan pelanggan. Hal ini berarti

suatu kualitas pelayanan yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi Perusahaan melainkan berdasarkan sudut pandang pelanggan. Sehingga baik buruknya Kualitas Pelayanan menjadi tanggung jawab seluruh bagian organisasi Perusahaan.

Berikut ini dapat dilihat laporan bulanan jumlah tamu yang menginap di Bela Hotel Ternate tahun 2023 dari bulan Januari sampai pada Agustus dengan jumlah kamar yang ada pada Bela Hotel Ternate sebanyak 195 kamar, yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 Berikut ini.

Tabel 1.1 Jumlah tamu yang menginap Januari – Oktober 2023

NO	Bulan	Jumlah Kamar	PAX (pengunjung)
1	Januari	2.723	4.252
2	Februari	3.292	4.530
3	Maret	3.440	4.657
4	April	2.645	3.337
5	Mei	3.857	5.662
6	Juni	3.375	4.686
7	Juli	3.829	5.276
8	Agustus	3.198	4.597
9	September	3,515	5,371
10	Oktober	3,879	6,123
11	November	4,301	6,612

Sumber: Bela International Hotel Ternate

Berdasarkan Tabel 1.1 tampak bahwa jumlah tamu menginap di Bela Hotel Ternate pada tahun 2023 mengalami kondisi yang tidak tetap, pada bulan Januari sebanyak 4,252 pengunjung yang menginap dan 2,723 jumlah kamar yang terpakai, kemudian mengalami kenaikan pada bulan Februari menjadi 4,530 pengunjung yang menginap dan 3,292 jumlah kamar yang terpakai. Namun pada bulan Maret naik lagi menjadi 4,657 jumlah pengunjung yang menginap dan 3,440 kamar yang terpakai, kemudian berkurang lagi pada bulan April menjadi 3,337 pengunjung yang menginap dan 2,645 jumlah kamar yang terpakai, selalu tidak tetap hingga sampai pada bulan November menjadi 6,612 pengunjung yang

menginap dan 4,301 kamar yang terpakai. Terjadinya kondisi fluktuatif pada Bela Hotel Ternate diakibatkan adanya *event* dan rapat kerja yang diadakan oleh pemerintah maupun organisasi kemasyarakatan di Kota Ternate dan Provinsi Maluku Utara pada umumnya.

Berikut terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang bertolak belakang dengan penelitian ini. Menurut (Agiesta *et al.*, 2021) Menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, (Purnama & Hidayah, 2019) Menyatakan Bahwa kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, sedangkan penelitian (Fadli *et al.*, 2023) Hasil penelitian menunjukkan pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan, baik efek langsung maupun tidak langsung melalui mediasi variabel Citra Perusahaan. Selain itu, variabel Citra Perusahaan menunjukkan dampak signifikan langsung pada variabel Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka, penulis melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah d alam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bela Hotel ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Citra Perusahaan pada Bela Hotel ?

3. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bela Hotel ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bela Hotel yang dimediasi oleh citra perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengukur pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bela Hotel
2. Untuk mengukur pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan pada Bela Hotel
3. Untuk mengukur pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bela Hotel
4. Untuk mengukur pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Citra Perusahaan pada Bela Hotel Ternate

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu pengetahuan khususnya pada bidang pemasaran, Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang dan dapat menyempurnakan kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini.

2. Manfaat praktis

- a. Manfaat bagi peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan tentang pemasaran yang telah diterima di dalam perkuliahan pada kegiatan nyata

b. Manfaat bagi Bela Hotel Ternate

Penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran akan pentingnya kualitas pelayanan serta dapat dijadikan bahan pertimbangan pada Bela Hotel Ternate dalam menjaga Citra Perusahaan di mata pelanggan