

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar belakang

Saat ini telah terjadi persaingan yang semakin meningkat diantara perusahaan perusahaan di Indonesia. Sehingga sudah seharusnya mereka meningkatkan daya saingnya. Selain itu perusahaan - perusahaan juga harus dapat mengantisipasi perubahan - perubahan perekonomian yang terjadi. Untuk mengantisipasi perubahan yang terjadi itulah diperlukan strategi - strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan hasil yang ingin dicapai.

Salah satu jenis usaha yang mengalami persaingan ketat adalah jasa perhotelan. Usaha akomodasi tersebut semakin lama semakin marak. Hotel yang memenuhi kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan oleh Dirjen Pariwisata diklasifikasikan sebagai hotel kelas melati dan berbintang. Penyediaan jasa perhotelan sangat terkait dengan wisatawan yang datang ke suatu daerah, khususnya kota Solo. Hal-hal yang membuat konsumen untuk tinggal di Hotel adalah untuk melakukan wisata, keperluan keluarga, pekerjaan, dan lain-lain.

Pada masa krisis seperti sekarang ini dan persaingan yang ketat mengakibatkan tingkat hunian (*occupancy rate*) hotel merata. Hal ini diakibatkan oleh dua hal, pertama daya beli konsumen domestik yang terus melemah sehingga mereka akan berpikir lebih hati-hati dalam membelanjakan uangnya dan lebih selektif dalam memilih hotel yang ditempati. Dalam memilih hotel itu konsumen tentu mempunyai beberapa kriteria seperti kebersihan, pelayanan dan keamanan.

Kedua, bagi wisatawan mancanegara situasi politik dan keamanan yang tidak pasti pada saat ini membuat mereka banyak yang membatalkan rencananya untuk mengunjungi Indonesia.

Perusahaan harus menempatkan konsumen sebagai suatu hal yang harus diperhatikan, untuk itulah sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.

#### 1.1.1 Perumusan Masalah

Masalah yang ingin diteliti adalah:

1. Apakah variabel kesesuaian harga & fasilitas, pelayanan, dan keamanan dapat mempengaruhi keputusan membeli/ menginap di Quality Hotel Solo ?
2. Variabel apa yang paling berpengaruh dari ketiga variable tersebut terhadap keputusan konsumen untuk Menginap ?

#### 1.1.2 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini maka perlu diberikan pembatasan terhadap ruang lingkup permasalahan yang ada, yaitu :

1. Responden adalah warga negara Indonesia yang menginap di Quality Hotel Solo selama bulan Maret sampai dengan Mei 2004.
2. Responden adalah *user* sekaligus *decider* yang menginap untuk kepentingan wisata.

3. Jenis kamar yang diteliti hanyalah tipe *deluxe*, karena untuk jenis *executive business room*, *grand deluxe*, *president*, dan *presidential suites* hanya ada beberapa kamar sehingga alasannya kurang tepat.

## 1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.2.1. Tujuan

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kesesuaian harga & fasilitas, pelayanan, dan keamanan terhadap keputusan menginap di Quality Hotel Solo.
2. Untuk mengetahui variabel apakah yang paling berpengaruh dari ketiga variabel tersebut terhadap keputusan menginap di Quality Hotel Solo.

### 1.2.2. Manfaat

1. Penelitian ini dapat membantu manajemen untuk mempertimbangkan keputusan yang diambil dalam bidang pemasaran/ *Marketing* dalam upaya meningkatkan tingkat *occupancy*.
2. Bagi penulis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan aplikatif dari teori yang diperoleh selama kuliah terhadap kenyataan yang sebenarnya.

## 1.3 Hipotesis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dugaan sementara yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

- (i) Variabel Kesesuaian harga dan fasilitas bersama dengan variable kualitas pelayanan dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap.
- (ii) Secara terpisah variabel kualitas pelayanan dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap.

