

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara kepulauan, yang dianugerahi keindahan alam yang berlimpah. Setiap pulau di Indonesia memiliki keindahan alam tersendiri yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjunginya. Sektor pariwisata merupakan sektor yang cukup banyak menyumbang pertumbuhan ekonomi Indonesia, termasuk pula sarana penunjang didalamnya. Salah satu sarana penunjang pariwisata ialah industri perhotelan, pertumbuhan pariwisata selalu beriringan dengan pertumbuhan industri perhotelan.

Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2022), Indonesia mendapat kunjungan wisatawan mancanegara melalui seluruh pintu masuk per bulan November 2021 berjumlah 153.199 kunjungan, ini mengalami pertumbuhan sebesar 6,04% dibandingkan bulan November 2020 yang berjumlah 144.476 kunjungan, dan pada bulan November 2022 kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk sebesar 657.269 yang menandakan terjadinya kenaikan angka kunjungan yang menyentuh angka 336,50% jika dibandingkan dengan November 2021 (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2022). Naiknya kunjungan wisata ke Indonesia berdampak positif pula terhadap industri perhotelan, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2022b) menyebutkan bahwa tingkat penghunian kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia per November 2021 mencapai rata-rata 47,83%, ini naik 7,69 poin jika dibandingkan TPK per november 2020 yang sebesar

40,14%, dan terjadi kenaikan pula pada Juli 2022 tingkat penghunian kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia mencapai rata-rata 49,77 persen (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2022).

Sumatera barat merupakan salah satu provinsi dari banyaknya provinsi di Indonesia yang memiliki sektor pariwisata yang luar biasa. Namun, berdasarkan data dari BPS Sumbar (2021) per September 2021 Sumatera Barat belum mendapat kunjungan wisatawan mancanegara melalui pintu masuk Bandara Internasional Minangkabau, sedangkan pada Desember 2022 Sumatera Barat mendapatkan kunjungan sebanyak 3.062 kunjungan. Pada sektor perhotelan per September 2021 TPK berbintang menyentuh angka 45,88%, ini mengalami kenaikan sebesar 11,68 poin dibandingkan TPK bulan sebelumnya dan mengalami kenaikan pula pada Desember 2022 menjadi 58,62%, kenaikan sebesar 2,80 poin (BPS Sumbar, 2023). Berdasarkan data ini terlihat bahwa konsumen Sumatera barat sudah mulai melakukan kunjungan wisata domestik dan menginap di hotel pasca PSBB (pembatasan Sosial Berskala Besar) di berhentikan.

Hotel saat ini bukan hanya menyediakan fasilitas berupa penginapan kamar, namun ada jasa lainnya seperti tempat rapat, ruang untuk melakukan acara besar, dan juga restoran. Dengan diberhentikannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), konsumen mulai tertarik kembali untuk melakukan kegiatan dengan menggunakan jasa perhotelan. Hal ini banyak terjadi di kota-kota besar di Indonesia salah satunya di kota Padang.

Kota Padang memiliki banyak hotel berbintang, mulai dari bintang dua hingga bintang empat, yang saat ini banyak mendapat kunjungan hunian kamar. Naiknya tingkat kunjungan kamar pada hotel menyebabkan naiknya persaingan pada industri perhotelan. Menurut Pristanto et al (2012) pada industri jasa, pelayanan merupakan poin utama sebagai kekuatan dari eksisnya sebuah perusahaan dalam bersaing, oleh karena itu hotel diminta untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memberikan pelayanan dari produk jasa yang ditawarkan dan juga harus mengetahui produk apa saja yang menjadi produk yang disukai konsumen dari hotel tersebut. Persaingan seperti ini terjadi pada hotel berbintang salah satunya pada hotel bintang tiga di kota padang. Hotel bintang tiga di kota Padang merupakan salah satu klasifikasi hotel berbintang yang cukup banyak hotelnya di kota Padang, hotel bintang tiga ini merupakan hotel yang memiliki pelayanan yang lebih baik dari pada hotel bintang satu dan dua dan sudah dilengkapi dengan fasilitas yang memadai dengan penawaran harga yang cukup murah sehingga banyak konsumen yang memilih hotel bintang tiga untuk tempat menginap. Kota Padang memiliki beberapa hotel bintang tiga sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Hotel Bintang Tiga di Kota Padang**

No	Nama Hotel	Alamat
1	Ibis hotel	Jl. Taman Siswa No.1A
2	Whiz Prime Hotel	Jl. Khatib Sulaiman No. 48 A
3	Oxville Hotel	Jl. Kampung Sebelah No. 28
4	Savali Hotel	Jalan Hayam Wuruk No 23
5	Daima Hotel	Jl. Jend. Sudirman No. 17
6	Favehotel Olo Hotel	Jl. Belakang Olo No. 46
7	Rangkayo Basa Hotel	Jl. Hang Tuah No.211
8	Pangeran City Hotel	Jl. Dobi No.3, Rw.5
9	Imelda Hotel & Waterpark	Jl. Intan No. 12 Komplek L.I.K, Indarung, Pauh
10	Mariani International Hotel	Jl. Bundo Kandung No. 35

11	Cavery Beach Hotel & Restaurant	Jl. Padang Painan KM 21
12	Airy Pantai Bungus Padang Painan 21	Jl. Padang Pesiran KM 21, Pantai Bungus, Padang
13	Balinda Guest House Hotel	Jl. Banjir Kanal, Alai Parak Kopi
14	Airy Syariah Padang Barat Hang Tuah 211	Jl. Hang Tuah No. 211
15	Airy Cafe + Syariah Bundo Kandung 19 Padang	Jl. Bundo Kandung No. 19

*Sumber: Dinas Pariwisata Kota Padang*

Whiz Prime Hotel merupakan salah satu hotel bintang tiga yang ada di kota padang, saat ini hotel Whiz Prime mulai mendapatkan kenaikan kunjungan. Berdasarkan laporan tahunan Whiz Prime hotel per desember 2020 Whiz Prime hotel memiliki 4080 kamar dan konsumen *check in* sebanyak 3169 kamar, angka ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yang menyentuh angka 2775 kamar, dan pada bulan Desember 2022 tamu yang menginap di Whiz Prime Hotel sudah mencapai 6867 orang. Whiz Prime hotel ini berlokasi di Jl. Khatib Sulaiman yang merupakan jalan yang dekat dengan pusat kota, selain itu Whiz Prime Hotel ini berada di lokasi yang dekat dengan tempat wisata di kota Padang dan tempat-tempat yang menjadi *iconic* kota Padang. Seperti taplau, masjid raya Sumatera barat, Transmart, dan lainnya.

Menurut Sohrabi et al (2012) bagi wisatawan pemilihan lokasi tempat tinggal di berbagai negara merupakan prioritas yang tinggi, pemilihan hotel yang tepat memerlukan proses pengambilan keputusan yang sedikit rumit. Masiero et al (2019) juga menyebutkan bahwa secara umum, faktor lokasi termasuk jarak ke pusat perbelanjaan, destinasi wisata, dan stasiun ditemukan berpengaruh signifikan secara statistik. Selain lokasi, harga juga merupakan hal yang sering diperhatikan oleh konsumen. Masiero et al (2015) menyebutkan agar dapat

mengatur tarif dan menentukan harga secara efektif manajer hotel perlu memahami utilitas marjinal yang diasosiasikan pelanggan dengan atribut tertentu dari sebuah hotel, hasil penelitiannya menyarankan untuk pelaku bisnis hotel agar mengembangkan batasan tarif dan struktur harga sendiri berdasarkan karakteristik tamu atau konsumen yang datang.

Naiknya harga pada produk hotel harus pula sebanding dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Pristanto et al (2012) menyebutkan fasilitas yang baik akan membentuk persepsi dimata pelanggan, apabila fasilitas yang diberikan berkualitas dan memadai sehingga membuat konsumen nyaman, maka konsumen tidak akan keberatan jika harganya sedikit tinggi.

Kondisi fisik hotel atau lingkungan fisik hotel merupakan hal pertama yang dilihat wisatawan saat datang ke hotel, oleh karena itu lingkungan fisik hotel juga harus terlihat semenarik mungkin agar dapat menyenangkan pandangan wisatawan dan menjadikan wisatawan merasa aman. Menurut Bitner yang dikutip oleh Heizer & Render (2005) mendefinisikan *servicescape* sebagai lingkungan fisik dimana jasa dilakukan dan bagaimana lingkungan ini berdampak humanistik pada pelanggan dan karyawan. Jika strategi *servicescape* yang dilakukan tepat maka hotel bisa menaikkan harga tanpa takut kehilangan konsumen, menurut Frista et al. (2016) strategi *servicescape* yang tepat akan sangat mendukung terciptanya suatu strategi pemasaran untuk keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Masiero et al. (2019) ditemukan bahwa lokasi secara statistik berpengaruh terhadap pemilihan hotel wisatawan

untuk menginap. Menurut Hartini S (2017) melalui penelitiannya menyebutkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan menginap. Melalui penelitian yang dilakukan oleh Kristanto (2019) ditemukan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menginap, selanjutnya Stefanie (2018) melalui penelitiannya menyebutkan bahwa *servicescape* berpengaruh positif terhadap keputusan menginap.

Lokasi Whiz Prime Hotel yang berada di Jl. Khatib Sulaiman merupakan lokasi yang strategis, strategisnya lokasi dari Whiz Prime hotel ini seharusnya dapat menjadikan Whiz Prime hotel menjadi hotel favorit untuk penginapan wisatawan. Berdasarkan laporan tahunan Whiz Prime Hotel, terjadi peningkatan kunjungan kamar, dengan meningkatnya konsumen dalam *check in* hotel, Whiz Prime Hotel sebenarnya dapat menaikkan tarif harga perkamar atau produk lainnya.

Untuk mengetahui apakah variabel lokasi, harga, dan fasilitas benar dan layak untuk diteliti maka perlu rasanya dilakukan survey pendahuluan pada tiga variabel ini. Berdasarkan hasil survey pendahuluan yang dilakukan dengan melibatkan 25 responden, ditemukan hasil 96% konsumen menilai lokasi Whiz Prime Hotel Padang merupakan lokasi yang strategis, kemudian 96% konsumen menilai harga yang ditawarkan Whiz Prime Hotel Padang sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan, serta fasilitas kamar 92%, tempat parkir yang memadai 92%, dan fasilitas tambahan seperti wi-fi, restoran, bar, resepsionis 24 jam, penitipan bagasi, pusat bisnis, serta fotocopy dan ruang rapat dengan biaya tambahan 100% yang diberikan Whiz Prime Hotel Padang memuaskan.

Maka variabel lokasi, harga, dan fasilitas merupakan variabel yang cocok dan perlu untuk diteliti pengaruhnya terhadap keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang. Selain lokasi, harga dan fasilitas *servicescape* saat ini juga memiliki pengaruh terhadap keputusan menginap konsumen. *Servicescape* menurut Bitner (1992) memiliki dimensi kunci yang terdiri dari kondisi lingkungan, ruang dan fungsi, penggunaan tanda-tanda, symbol dan artefak yang dapat membantu mempermudah tamu hotel dan berpengaruh terhadap pemasaran hotel. Stefanie (2018) menyebutkan bahwa *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung tamu hotel.

Berdasarkan deskripsi pada latar belakang diatas, maka penulis tertarik dan berminat untuk melakukan suatu penelitian mengenai

**“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Pada Whiz Prime Hotel Padang (Survei Pada Konsumen yang Menginap di Whiz Prime Hotel Padang)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan deskripsi pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang?

3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang?
4. Bagaimana pengaruh *servicescape* terhadap keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang
3. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang
4. Mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Bagi pengelola Whiz Prime Hotel Padang

Bagi pengelola Whiz Prime Hotel Padang penelitian ini bisa dijadikan bahan rujukan untuk pengembangan dan pengelolaan hotel lebih baik lagi serta dapat menjadi bahan untuk menentukan strategi pemasaran pada hotel agar dapat meningkatkan tingkat hunian kamar.

## 2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti penelitian ini diharapkan berguna untuk meningkatkan pemahaman tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Fokus dalam penelitian ini hanya pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap pada Whiz Prime Hotel Padang seperti variabel lokasi, harga, fasilitas, dan *servicescape* serta penelitian ini berfokus pada responden yang berdomisili di Sumatera Barat dan mengetahui Whiz Prime Hotel Padang.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri atas pendahuluan, tinjauan literatur, metode penelitian, analisis data dan pembahasan serta penutup.

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab yang didalamnya termuat keadaan yang menjadi latar belakang penulis dalam merumuskan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

## BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang penjelasan konsep dan memuat bermacam teori yang menjadi landasan rujukan penelitian serta penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pokok pembahasan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi perihal tahapan atau langkah-langkah penelitian, menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, sumber data, populasi serta variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berfokus pada pokok penelitian yang berisikan pemaparan objek penelitian data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil yang akan diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini memuat kesimpulan dari penelitian yang telah dijalankan, implikasi dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

