

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pengembangan sektor perhotelan saat ini semakin penting perannya di dalam meningkatkan penerimaan devisa. Di samping itu dapat memperluas kesempatan kerja dan berusaha, serta mampu mendorong kegiatan ekonomi lainnya. Hotel merupakan sebuah bangunan yang dikelola secara komersial dengan memberikan fasilitas penginapan untuk umum dengan fasilitas pelayanan (Heriawan, 2002).

Hotel adalah bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan, atau bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan, dan minum. Pengamat perhotelan dunia Frederic Gonzalo, mengungkapkan dalam kompas.com pertumbuhan pendapatan (*revenue*) industri hotel secara global pada tahun 2016 mendatang mencapai 550 miliar dollar AS atau ekuivalen dengan Rp 7.514 triliun.

*Resort* Hotel adalah hotel yang pada umumnya berlokasi di kawasan wisata dan menyediakan tempat – tempat rekreasi dan juga fasilitas konferensi untuk tamu – tamunya. Ini menunjukkan bahwa sejarah berdirinya hotel lahir lebih dahulu dibandingkan dengan *resort*. *Resort* berkembang setelah perjalanan wisata ke daerah yang memiliki daya tarik alam atau budaya yang khas semakin tinggi,

sehingga kebutuhan sarana akomodasi juga meningkat. *Resort* secara umum dapat dikatakan sebagai kawasan wisata, yang tidak hanya menyediakan sarana akomodasi sebagai bisnis utamanya, namun juga mengembangkan atraksi dan aktivitas wisata yang unik, khas dan sesuai dengan karakteristik lingkungannya (Rahmafitria, F. 2014).

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang berada di Indonesia. Di Sumatera Barat terdapat tingkat penghunian kamar hotel (TPK) pada hotel berbintang meningkat sebesar 1,53 persen dari 53,27 persen tahun 2016 menjadi 54,80 persen tahun 2017. Pada akomodasi lainnya TPK tahun 2017 tercatat sebesar 34,29 persen, atau mengalami peningkatan sebesar 1,37 poin dibandingkan tahun sebelumnya. Rata-rata lama menginap tamu (RLMT) pada hotel berbintang tahun 2017 selama 1,53 hari, mengalami peningkatan 0,13 hari dibandingkan tahun 2016 yang tercatat 1,40 hari. Pada akomodasi lainnya, RLMT tercatat 1,26 hari, naik 0,08 hari dibandingkan tahun sebelumnya. (BPS. 2018).

**Tabel 1.1**  
**Banyaknya Tamu Hotel menurut Klasifikasi Hotel di Sumatera Barat 2017**

<b>Klasifikasi Hotel</b>	<b>Tamu Asing</b>	<b>Tamu Domestik</b>	<b>Jumlah</b>
Hotel Bintang/ Star Hotel	42.081	1.029.594	1.071.675
Hotel Bintang Satu	4.973	120.649	125.622
Hotel Bintang Dua	17.068	188.958	206.026
Hotel Bintang Tiga	2.965	266.566	269.531
Hotel Bintang Empat dan Lima	17.075	453.421	470.496

Sumber : BPS Prov. Sumatera Barat Dalam Angka 2018

Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota wisata di Provinsi Sumatera Barat. Sebagai kota wisata, Bukittinggi memiliki hotel – hotel sebagai sarana penginapan bagi para wisatawan. Total jumlah hotel di Kota Bukittinggi pada tahun 2017 menurut Badan Pusat Statistik Kota Bukittinggi adalah 75 hotel yang terdiri dari 20 hotel bintang dan 55 hotel non bintang.

**Tabel 1.2**  
**Daftar Nama Hotel Berbintang di Kota Bukittinggi**

Klasifikasi Hotel	Nama Hotel	Jumlah (hotel)
Hotel Bintang Satu	Bagindo Hotel, Benteng Hotel, Nikita <i>Place</i> Hotel, Prima Dini Hotel, <i>Grand</i> kartini Hotel, <i>Treeli Boutique</i> Hotel	7
Hotel Bintang Dua	Dymen's Hotel, Hotel <i>Grand</i> Malindo, Karisma Hotel, <i>Royal</i> Denai View, Bunda Hotel, <i>Gallery</i> Hotel, Hotel Limas	7
Hotel Bintang Tiga	Campago <i>Resort</i> Hotel, <i>Royal</i> Denai Hotel	2
Hotel Bintang Empat	Pusako Hotel, <i>Grand</i> Rocky Hotel, <i>Grand</i> <i>Royal</i> Denai, Novotel	4

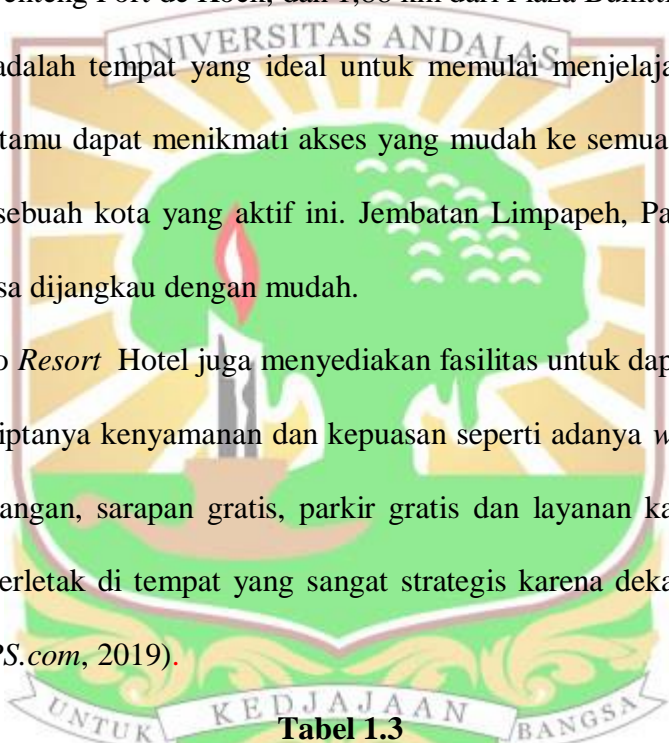
Sumber : BPS Prov. Sumatera Barat Dalam Angka 2017

Campago *Resort* Hotel Bukittinggi merupakan salah satu hotel bintang 3 yang berada di Guguak Bulek, Mandiingin Koto Selayan, Bukittinggi, Sumatera Barat. Campago *Resort* Hotel Bukittinggi berdiri sejak tahun 2000, dan terdiri dari jumlah kamar sebanyak 22 kamar dan jumlah lantai ada 2 lantai. Campago *Resort* Hotel juga memiliki pemandangan alam yang eksotis, serta fasilitas yang

ditawarkan seperti kamar-kamar hotel yang dilengkapi dengan AC dan TV satelit serta fasilitas pembuat kopi / teh yang tersedia, dan juga dilengkapi dengan kamar mandi pribadi.

Campago *Resort* Hotel Bukittinggi memiliki letak yang sangat strategis di Mandiangin Koto Selayan yaitu berjarak 1,84 km dari pusat kota / Jam Gadang, 1,71 km dari Benteng Fort de Kock, dan 1,88 km dari Plaza Bukittinggi. Campago *Resort* Hotel adalah tempat yang ideal untuk memulai menjelajahi Bukittinggi. Dari sini para tamu dapat menikmati akses yang mudah ke semua hal yang dapat ditemukan di sebuah kota yang aktif ini. Jembatan Limpapeh, Pasar Atas, Pasar Bawah juga bisa dijangkau dengan mudah.

Campago *Resort* Hotel juga menyediakan fasilitas untuk dapat memanjakan tamu agar terciptanya kenyamanan dan kepuasan seperti adanya *wifi*, kolam yang berada luar ruangan, sarapan gratis, parkir gratis dan layanan kamar. Campago *Resort* Hotel terletak di tempat yang sangat strategis karena dekat dengan pusat perkotaan. (BPS.com, 2019).



**Tabel 1.3**  
**Data Kunjungan Tamu Campago *Resort* Hotel**

Bulan	Tahun 2018		Tahun 2019	
	Asing	Domestik	Asing	Domestik
Januari	58	467	39	792
Febuari	49	607	85	539
Maret	86	673	106	762
April	12	822	104	807
Mei	17	244	8	270
Juni	14	681	10	928
Juli	6	806	62	837
Agustus	34	626	90	537

September	145	744	30	373
Oktober	54	789	-	-
November	95	914	-	-
Desember	85	955	-	-
<b>Total</b>	<b>655</b>	<b>8328</b>	<b>540</b>	<b>5846</b>

Sumber: Campago Resort Hotel 2019

*Resort Hotel* merupakan salah satu usaha bisnis pendukung pariwisata dimana menyediakan jasa berupa pelayanan penginapan pada pengunjung. Menerapkan pelayanan yang baik dan efisiensi adalah salah satu kegiatan hotel, yang bertujuan pelayanan tersebut untuk meningkatkan volume penjualan yang telah ditentukan hotel yang sangat bergantung pada pelanggan. Perusahaan perhotelan harus menyadari kenyataan bahwa pelanggan tidak peduli dan tidak mau tahu tentang masalah di dalam perusahaan perhotelan tersebut. Mereka hanya memikirkan apa yang mereka butuhkan harus terpenuhi dan pelanggan juga tidak mau tahu apakah karyawan perhotelan tersebut harus bekerja keras atau tidak.

Proses pengembangan *Campago Resort Hotel* juga dipengaruhi oleh penilaian pengunjung. Penilaian pengunjung penting. Karena pihak *Campago Resort Hotel* bisa mendapatkan gambaran pengalaman yang baik atau buruk, merasa nyaman, merasa puas setelah berkunjung. Sehingga akan mempengaruhi keinginan berkunjung *Campago Resort Hotel*. Oleh sebab itu, perlu untuk mengetahui bagaimana *physical environment*, *emotion*, *satisfaction*, dan *behavioral intention* dari pengunjung *Campago Resort Hotel*.

Ali *et al.*, (2014) *Physical Environment* mencakup tata letak keseluruhan, desain, dekorasi, dan estetika. Dalam konteks ini, lingkungan fisik memainkan peran penting dalam membedakan perusahaan jasa dalam mempengaruhi pengalaman pelanggan. Lingkungan fisik digambarkan sebagai penampilan luar dari penyedia layanan, itu bisa penting dalam menyiapkan harapan pelanggan dengan memberikan bukti terhadap kualitas layanan tidak berwujud melalui petunjuk nyata.

Ali *et al.*, (2015) *Emotion* adalah kondisi mental kesiapan yang muncul dari penilaian aktivitas kognitif atau pikiran dan emosi bukan sekadar reaksi untuk penilaian tetapi juga termasuk kecenderungan untuk bertindak (aksi). *Emotion* yang dirasakan pelanggan akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan selama mereka menikmati jasa tersebut, cenderung seorang pengunjung akan menunjukkan emosionalnya dengan tempat yang mereka kunjungi. Jika hubungan emosionalnya bagus dengan tempat yang mereka tuju maka aksi yang akan muncul positif dan sebaliknya.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 13) *Customer Satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap harapan mereka. Ali *et al.*, (2015) menyatakan bahwa konsep *customer satisfaction* menyiratkan keberadaan tujuan yang ingin dicapai oleh konsumen. Kepuasan sebagai bentuk terpenuhinya harapan pelanggan terhadap produk dan jasa dengan membandingkan harapan dengan kinerja yang dirasakan. Jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan

maka pelanggan akan puas dan sebaliknya jika tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa tidak puas.

Ali *et al.*, (2014) *Behavioral Intention* adalah perilaku pelanggan setelah menerima jasa apakah positif atau negatif. Konsekuensinya, pengalaman pelanggan dengan produk atau layanan menghasilkan pembentukan sikap terhadap penyedia yang sangat terkait dengan niat konsumen untuk membeli kembali dan merekomendasikan.

Berdasarkan survei pendahuluan (2019) dengan mewawancarai peneliti ke beberapa orang pengunjung di Campago Resort Hotel. Sebagian dari mereka menyatakan bahwa sangat peduli dan memperhatikan *physical environment* Campago Resort Hotel alasannya karena mereka bisa merasakan emosi yang positif selama berada di tempat tersebut. Sehingga mereka merasa puas setelah berkunjung ke Campago Resort Hotel Bukittinggi. Namun, ada sebagian dari mereka yang menyatakan kurang puas dengan *physical environment* sebab bangunan yang ada disana tergolong sudah tua, serta lahan parkir yang membuat mereka tidak nyaman.

Sebab hal itu peneliti tertarik meneliti bagaimana pengaruh *physical environment*, *customers satisfaction* dan *emotion* terhadap *Behavioral Intention*. Berdasarkan latar belakang di atas penulis akan melakukan penelitian dengan memilih judul **“Pengaruh *Physical Environment*, *Emotion* dan *Customers Saticfaction* terhadap *Behavioral Intention* Pengunjung Campago Resort Hotel di Kota Bukittinggi “**

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana *Physical Environment* mempengaruhi *Emotion* pengunjung Campago Resort Hotel ?
2. Bagaimana *Physical Environment* mempengaruhi *Customers Saticfaction* Campago Resort Hotel ?
3. Bagaimana *Physical Environment* mempengaruhi *Behavioral Intention* pengunjung Campago Resort Hotel ?
4. Bagaimana *Emotion* mempengaruhi *Customers Saticfaction* Campago Resort Hotel ?
5. Bagaimana *Emotion* mempengaruhi *Behavioral Intention* pengunjung Campago Resort Hotel ?
6. Bagaimana *Customers Saticfaction* mempengaruhi *Behavioral Intention* pengunjung Campago Resort Hotel ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Physical Environment* terhadap *Emotion* pengunjung Campago Resort Hotel ?
2. Untuk mengetahui pengaruh *Physical Environment* terhadap mempengaruhi *Customers Saticfaction* Campago Resort Hotel ?





3. Untuk mengetahui pengaruh *Physical Environment* terhadap *Behavioral Intention* pengunjung Campago Resort Hotel ?
4. Untuk mengetahui pengaruh *Emotion* terhadap *Customers Saticfaction* Campago Resort Hotel ?
5. Untuk mengetahui pengaruh *Emotion* terhadap *Behavioral Intention* pengunjung Campago Resort Hotel ?
6. Untuk mengetahui pengaruh *Customers Saticfaction* terhadap *Behavioral Intention* pengunjung Campago Resort Hotel ?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat Teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya. Serta memberikan konstribusi tentang keterkaitan antara *physical environment*, *emotion*, *customers saticfaction* dan *behavioral intention*.
- b. Manfaat Praktis dari penelitian diharapkan dapat membantu pemilik / pengelola Campago Resort Hotel dalam mengembangkan Campago Resort Hotel agar dapat mendorong pengunjung untuk mau bermalam / menginap di Campago Resort Hotel.

## 1.5 Ruang lingkup Penelitian

Pada penelitian ini akan dijelaskan bagaimana pengaruh dari *physical environment*, *emotion* dan *customers satisfaction* terhadap *behavioral intention* pengunjung Campago Resort Hotel.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan garis besar penyusunan penelitian yang memudahkan jalan pikiran dalam memahami secara keseluruhan isi penelitian. Sistematika dalam penulisan penelitian ini sebagai berikut:

**Bagian Pertama** adalah bagian awal yang berisi tentang halaman sampul depan, halaman judul, halaman pengesahan, motto dan persembahan, abstrak, lembar pernyataan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

**Bagian Kedua** adalah isi penelitian yang secara keseluruhan terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang di dalamnya memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan dan ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

### BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini merupakan bab tinjauan teori yang berisikan landasan - landasan yang akan digunakan dalam menganalisis data.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan metode penelitian yang berisikan objek penelitian, populasi dan sampel, data yang digunakan, definisi dan pengukuran variabel, dan metode analisis data yang digunakan.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan pembahasan yang meliputi karakteristik responden, hasil analisis data serta pembahasan.

### BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan, implikasi penelitian dan saran.

**Bagian Ketiga** adalah bagian akhir yang terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

