BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandar Lampung sebagai ibukota Provinsi Lampung yang merupakan jalur lintas kendaraan yang dilewati masyarakat dari Pulau Sumatra ke jawa maupun dari Jawa ke Sumatra, selain menjadi jalur lintas kendaraan Kota Bandar Lampung menjadi jalur akses wisatawan untuk berkunjung ke berbagai objek wisata. Tingginya mobilitas masyarakat atau wisatawan di Kota Bandar Lampung berdampak kepada meningkatnya kebutuhan akan jasa penginapan untuk beristirahat. Saat ini perusahaan jasa penginapan di Bandar Lampung memiliki jumlah yang banyak dari hotel kelas ekonomi sampai berbintang. Banyaknya jumlah perusahaan hotel menimbulkan persaingan. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan penyedia jasa penginapan atau hotel menyediakan jasa yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah sehingga konsumen memutuskan untuk menggunakan jasa penginapan tersebut.

Keputusan konsumen merupakan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Schiffman dan Kanuk dalam Izzati Choirini Mardhotillah, 2013). Keputusan konsumen merupakan salah satu bagian yang terdapat dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah kegiatan individu dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa yang termasuk didalam proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan diambil dengan cermat apabila didukung oleh data atau informasi yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi. Keputusan yang dipilih konsumen dalam memilih dan mempergunakan barang atau jasa adalah kunci bagi kelangsungan siklus sebuah perusahaan.

Citra Perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting keberlangsungan sebuah perusahaan. Menurut Lawrence dalam Suhari (2008) mengartikan bahwa citra sebagai pancaran jati diri atau bentuk orang perorangan, benda atau organisasi. Citra juga dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Citra itu sendiri dapat berbentuk baik, sedang, buruk. Perusahaan yang memiliki citra yang baik dimasyarakat, akan tumbuh menjadi perusahaan yang kuat dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain. Selain itu perusahaan yang memiliki citra yang baik dapat menjadi tembok pembatas bagi perusahaan pesaing untuk memasuki segmen pasar yang dilayani perusahaan tersebut, sebaliknya jika perusahaan memiliki citra yang buruk, Perusahaan lain akan mudah merebut pangsa pasar dan konsumen perusahaan tersebut. Citra perusahaan berdampak langsung keputusan konsumen menggunakan atau tidak menggunakan produk sebuah perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan bagian penting dalam sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen, dimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan perusahaan (Kotler dan Keller, 2009). Dimensi kualitas yang paling sering dijadikan acuan dalam pemasaran jasa adalah: 1. Reliabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. 2. Responsivitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap. 3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan. 4. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen. 5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi (Tjiptono dan Chandra, 2012). Bila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas pelayanan ini akan berdampak pada terjadinya keputusan konsumen (Nasution dalam Izzati Choirini Mardhotillah, 2013).

BATIQA merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa perhotelan. BATIQA Hotel berdiri sejak tahun 1997. Saat ini BATIQA Hotel memiliki beberapa cabang di Indonesia yaitu Cirebon, Palembang, Pekanbaru dan Lampung. Salah satu cabang BATIQA Hotel berada di Bandar Lampung yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman No. 140. Pahoman, Bandar Lampung. Didirikannya BATIQA Hotel di Kota Bandar Lampung, karena terdapat potensi dimana Kota Bandar Lampung merupakan jalur lintas kendaraan yang dilewati masyarakat dari Pulau Jawa ke Sumatra maupun dari Jawa ke Sumatra. Selain menjadi jalur lintas kendaraan, Potensi lainnya juga Kota Bandar Lampung menjadi jalur akses wisatawan untuk berkunjung ke berbagai objek wisata di Provinsi Lampung. BATIQA Hotel selalu berupaya untuk menjadi yang terbaik dalam persaingan bisnis perhotelan berbintang di Bandar Lampung. Upaya menjadi yang terbaik tersebut membuahkan hasil dimana BATIQA Hotel Bandar Lampung mampu menempati rating tertinggi dalam penilaian hotel terbaik yang berada di Kota Bandar Lampung. Rating merupakan penilaian menyeluruh atau evaluasi oleh pihak-pihak tertentu terhadap suatu hal. Berikut data rating hotel terbaik di Kota Bandar Lampung:

Tabel 1.1 Rating Hotel Berbintang di Kota Bandar Lampung

No	Hotel	Rating
1.	BATIQA Hotel Lampung	8,0
2.	Novotel Lampung Hotel	7,9
3.	Swiss-Belhotel Lampung	7,9
4.	Horison Lampung	7,8
5.	Whiz Prime Hotel Ahmad Yani Lampung	7,6
6.	Sheraton Lampung Hotel	7,5
7.	Aston Lampung City Hotel	7,4
8.	POP! Hotel Tanjung Karang	7,3

(Sumber: www.agoda.com diakses pada tanggal 5 Juli 2017)

Pada Tabel 1.1 Rating Hotel Berbintang di Kota Bandar Lampung BATIQA Hotel Lampung memiliki rating tertinggi dengan nilai 8,0. BATIQA Hotel Bandar Lampung sangat memperhatikan citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan sehingga konsumen memutuskan untuk menginap di BATIQA Hotel Bandar

Lampung. Berikut data jumlah konsumen yang menginap BATIQA Hotel Bandar Lampung:

Tabel 1.2 Data Jumlah Konsumen BATIQA Hotel Bandar Lampung

Tahun 2016	**Bulan**	**Jumlah Konsumen/Bulan**
	September	1.116
	Oktober	1.136
	November	1.332
	Desember	1.492
	Total	**5.076**
Tahun 2017	Januari	1.212
	Februari	1.040
	Maret	932
	April	894
	Mei	743
	Total	**4.821**
Total		**9.897**

(Sumber: Data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.2 Data Jumlah Konsumen BATIQA Hotel Bandar Lampung pada bulan September sampai Desember 2016 sebanyak 5.076 konsumen yang menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung, dan bulan Januari sampai Mei 2017 sebanyak 4.821 konsumen yang menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung, dapat dilihat bahwa konsumen yang menginap BATIQA Hotel Bandar Lampung mengalami tren penurunan dengan selisih jumlah konsumen sebanyak 255. Dari fenomena tersebut terjadi kesenjangan dimana rating yang tinggi pada BATIQA Hotel Bandar Lampung dengan jumlah konsumen yang memutuskan menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung mengalami tren penurunan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada manajer operasional didapatkan informasi dari hasil pengisian kotak kritik dan saran, konsumen paling banyak memberikan kritik dan saran mengenai pembangunan BATIQA Hotel Bandar Lampung sangat tidak memperlakukan prinsip ketidakhati-hatian dalam operasionalnya lokasi BATIQA Hotel Bandar Lampung sangat bersebelahan dengan pom bensin yang dinilai sangat membahayakan keselamatan konsumen,

yang kedua BATIQA Hotel Bandar Lampung kurang terkenal oleh sebab itu perlu promosi yang gencar. Ketiga BATIQA Hotel Bandar Lampung kurang ramah dalam melayani konsumen, lokasi dan tempat parkir yang sempit, petugas keamanan kurang yang berjaga, dan tidak adanya papan informasi mengenai tempat wisata yang bisa ditempuh dari lokasi hotel.

Penelitian-penelitian terdahulu keputusan konsumen dipengaruhi beberapa faktor antara lain citra perusahaan, kualitas pelayanan dan. Penelitian Suhari (2008), menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan. Penelitian Melisa E.B. Go, dkk (2014), menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa. Penelitian Riris Roisah dan Dwiza Riana (2016), menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian Izzati Choirini Mardothillah dan Saino (2013), menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian Tommy Zulkarnaim (2015), menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "**Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung**".

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis merumuskan masalah yang ada, sebagai berikut:

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung?
3. Apakah citra perusahaan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa penginapan BATIQA Hotel Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Objek penelitian ini adalah citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan keputusan konsumen yang menggunakan jasa penginapan BATIQA Hotel Bandar Lampung.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian ini dilakukan di BATIQA Hotel Bandar Lampung yang beralamat di Jalan Jenderal Sudriman No. 140. Pahoman, Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian akan dilaksanakan selama 5 bulan yaitu dari bulan April 2017 sampai dengan bulan Agustus 2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan konsumen menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung?
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menginap di BATIQA Hotel Bandar Lampung?

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang luas, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat diperkuliahan.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Sebagai masukan pada BATIQA Hotel Bandar Lampung agar lebih meningkatkan citra perusahaan, kualitas pelayanan terhadap konsumen yang lebih baik lagi.

1.5.3 Bagi Akademik

Menambah referensi perpustakaan fakultas Bisnis dan Ekonomi IBI Darmajaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori pemasaran, teori citra perusahaan, teori kualitas pelayanan, teori keputusan konsumen dan kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrument, uji persyaratan analisis data, dan metode analisis data serta pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi data, hasil uji persyaratan instrument, hasil uji persyaratan analisis data, hasil analisis data, dan hasil pengujian hipotesis serta pembahasan.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang simpulan dan saran.