

# B A B I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manajemen pemasaran merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian. Proses ini terdapat dalam fungsi/bidang produksi, seperti pemasaran, keuangan, maupun kepegawaian. Keberadaan manajemen pemasaran sangat penting bagi perusahaan dalam menyediakan pelayanan yang optimal bagi pemasaran sehingga dapat berfungsi secara produktif, efektif, dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

Perusahaan yang ingin bersaing harus mempunyai keunggulan untuk menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan yang lain, usaha yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan salah satunya melalui pemasaran seperti harga yang terjangkau promosi hotel tersebut, agar pelanggan biasa mengetahui keadaan hotel itu serta pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola hotel.

Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir untuk mengambil keputusan bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi produsen dengan konsumen. Didalam perkembangan perekonomian, sektor perhotelan di pangkalpinang juga mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Salah satunya sektor jasa menjadi andalan, Industri perhotelan yang merupakan salah satu industri yang mampu menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat.

Penetapan harga memegang peranan penting dalam mempengaruhi preferensi konsumen, penetapan harga sendiri berdasarkan pada pertimbangan, daya beli konsumen yaitu kemampuan dan kemauan konsumen untuk menggunakan hotel tersebut. Keputusan penetapan harga juga harus berorientasi pada pembeli. Karena pembeli selalu akan membandingkan-bandingkan penawaran harga dari *supplier* dan pesaingnya, maka sangatlah penting bagi pemasaran untuk memprediksi penawaran harga dari pesaing.

Tujuan utama dalam menentukan strategi perencanaan harga biasanya tergantung pada tujuan perusahaan secara keseluruhan, yang pada perkembangannya akan menjadi misi perusahaan tersebut. Penentuan harga merupakan salah satu topik permasalahan yang cukup penting dalam pemasaran, hal ini terlihat dari literatur-literatur pemasaran. Disiplin ilmu lainnya seperti psikologi dan sosiologi juga telah memberikan kontribusi dalam perkembangan strategi penetapan harga (Bingham, 2005).

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan dimana seorang akan berbelanja. Penetapan harga itu sendiri cukup kompleks dan sulit secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Faktor internal perusahaan meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal menyangkut persaingan dan sifat pasar serta permintaan. Penetapan harga memegang peranan penting dalam mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan atau konsumen. Penetapan harga sendiri didasarkan pada pertimbangan, daya beli pelanggan yaitu kemampuan dan kemauan pelanggan untuk membeli, gaya hidup pelanggan yakni

menyangkut apakah produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk yang digunakan sehari-hari.

Promosi adalah salah satu penunjang keberhasilan pemasaran atau strategi pemasaran. Untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah keberadaannya, untuk mengubah sikap maupun mendorong orang untuk bertindak atau membeli produk tersebut. Sementara itu di dalam pemasaran terdapat item yang penting yakni faktor promosi, maka tidak dapat dihindari jika promosi merupakan salah satu upaya yang penting di dalam perusahaan perhotelan (selain faktor-faktor pemasaran yang lainnya) untuk mengenal produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Strategi promosi dalam pemasaran industri adalah perencanaan, implementasi, dan pengendalian bauran promosi untuk berkomunikasi dengan para pembeli, calon pembeli, atau orang-orang yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Strategi promosi akan efektif apabila sesuai dengan tujuan perusahaan, rencana pemasaran, dan pada saat yang bersamaan dapat integrasikan ke dalam strategi produk, strategi saluran pemasara, serta strategi harga.

Setelah mengetahui sasaran yang ingin dituju, kemudian dilakukan penilaian dari tiap segment sasaran mengenai citra perusahaan, produk, dan pesaingnya. Dengan memperhatikan citra tersebut, manajemen perusahaan dapat mengusulkan citra perusahaan yang diinginkan oleh konsumen, dengan cara mengumpulkan dan memahami informasi mengenai tingkat kepedulian dan sikap dari anggota komite pembelian terhadap perusahaan dan produknya serta dihubungkan dengan pesaing.

Data/informasi ini dapat diperoleh melalui riset pasar, kemudian dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pesan dan perencanaan media (Havaladar,2005).

Dimensi kualitas pelayanan yang bisa diimplementasikan dengan baik merupakan faktor kunci yang memiliki pengaruh bagi keberhasilan sebuah hotel karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Peningkatan tersebut memicu timbulnya persaingan antar hotel, dalam hal ini pihak hotel dituntut untuk lebih bekerja keras dan kreatif lagi dalam menarik para tamu yakni dengan mengembangkan strategi pemasaran. Untuk memenuhi harapan konsumen manajemen harus mampu mengeksplorasi harapan dan menyediakan atau mewujudkannya dalam bentuk pelayanan yang dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen.

Dalam proses penentuan seorang akan mengambil keputusan terlihat bahwa faktor kualitas pelayanan juga akan mempengaruhi, selain harga dan promosi. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya pihak Bangka City Hotel harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan konsumen yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya, kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

Bangka City merupakan hotel yang mempunyai klasifikasi hotel non bintang yang kegiatan usahanya adalah memberikan pelayanan kepada pengunjung atau tamu. Dari kegiatan dan usaha yang dilakukan pihak hotel juga menghadapi beberapa permasalahan yang terus diupayakan jalan keluar untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Pengunjung yang menginap di Bangka City hotel selama bulan Maret s/d bulan Desember dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut.

**Table 1.1**  
**Data Tingkat Hunian Tamu**  
**Bangka City Hotel Selama Bulan Maret s/d Bulan Desember 2013**

<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH TAMU</b>
Meret	175
April	225
Mei	268
Juni	302
Juli	221
Agustus	136
September	401
Oktober	794
November	552
Desember	300
<b>Total</b>	<b>3.374</b>

Sumber : Bangka City Hotel Pangkalpinang, 2014

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Bangka City hotel berfluktuasi. Awal bulan maret terdapat 175 pengunjung yang menginap. Sementara bulan April sampai bulan Juli terdapat peningkatan pengunjung di Bangka City hotel. Pada bulan Agustus terjadi penurunan jumlah pengunjung yang menginap di Bangka City hotel. Sedangkan bulan September sampai Desember Bangka City hotel terjadi kenaikan yang cukup baik bagi Bangka City hotel.

Disamping itu, berdasarkan hasil pengamatan dari table tersebut Bangka City hotel harus bekerja keras dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen sehingga akan merasa nyaman dan puas dalam menggunakan jasa yang diberikan oleh Bangka City hotel. Meningkatnya presentase jumlah pengunjung Bangka City hotel harus meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar konsumen merasa seperti didalam rumah sendiri. Bangka City Hotel berjenis melati, memiliki 2 macam tipe kamar yaitu deluxe dan suverior. Tipe Deluxe memiliki 18 kamar dan tipe Suverior juga terdapat 18 kamar terdapat Meeting Room, Rooms Party, Garden Party dan Restaurants di Bangka City Hotel.

Dari latar belakang penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Bangka City Hotel Pangkalpinang.**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Bangka City Hotel Pangkalpinang.

2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Bangka City Hotel Pangkalpinang.
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Bangka City Hotel Pangkalpinang.
4. Apakah harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Bangka City Hotel Pangkalpinang.

### **1.3 Batasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian ini peneliti membatasi penyajian masalah yang dikhususkan pada harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dengan objek penelitian yaitu Bangka City Hotel pangkalpinang.

### **1.4 Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Bangka City Hotel Pangkalpinang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Bangka City Hotel Pangkalpinang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Bangka City Hotel Pangkalpinang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Bangka City Hotel Pangkalpinang.

### **1.5 Manfaat penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini bermanfaat bagi upaya peningkatan mutu dan kualitas perusahaan khususnya yang berkaitan dengan peningkatan persaingan pada usaha perhotelan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sejauh mana teori-teori yang didapat selama perkuliahan dapat diterapkan pada perusahaan dan pada kehidupan nyata.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh Bangka City Hotel untuk mengetahui apakah harga, promosi dan kualitas pelayanan yang diberikan telah memuaskan konsumen dan sebagai tambahan informasi serta bahan masukan bagi pihak usaha perhotelan dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan konsumen.

### 3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

## 1.6 Sistematika Pembahasan

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini akan memuat tentang pengertian harga, perencanaan harga  
Pengertian promosi, strategi promosi, pengertian kualitas pelayanan  
strategi pemasaran. Penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan  
hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian,  
populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik  
pengumpulan data, jenis dan sumber data, variable yang diteliti,  
definisi oprasional variable, pengukuran variable, dan teknik analisis  
data.

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

Bab ini tentang hasil dari penelitian disertai pembahasannya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini kesimpulan dari penelitian ini disertai saran dari penelitian.