

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha. Agar suatu perusahaan dapat terus memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan di bidang pemasaran. Demikian pun dengan jasa, jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Jasa pada dasarnya merupakan suatu aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk konstruksi, yang biasa dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan. Perkembangan sektor jasa menjadi sangat berarti dan hampir tidak mungkin lagi untuk dihindari. Salah satunya jasa pelayanan itu adalah jasa pelayanan penginapan.<sup>1</sup>

Hotel bukan merupakan suatu obyek pariwisata melainkan sarana dalam bidang kepariwisataan, sehingga manajemen perlu mengadakan kerja sama dengan pihak lain, agar mudah dikenal oleh para tamunya. Dengan strategi tersebut diharapkan penjualan jasa perhotelan dapat meningkat, karena para wisatawan selain berwisata pasti akan membutuhkan hotel sebagai tempat beristirahat.<sup>2</sup> Salah satu inovasi akomodasi penginapan yang

---

<sup>1</sup> Fatia Noor Anisa,dkk , “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Citra Merek Hotel Berbasis Syariah : Studi Kasus Hotel Sofyan”, *Jurnal Manajemen FE.UI*, 2013, hlm. 1-2

<sup>2</sup> Widyarini,dkk “*Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah*” jurnal ekonomi dan bisnis islam, Vol. 9 no.1, 2014, hal. 83

sedang gencar dikemangkan oleh penyedia jasa adalah akomodasi penginapan berbasis syariah. Di kota Sidoarjo saat ini sangat pesat perkembangan industri perhotelan tersebut, hampir disetiap tahunnya terdapat hotel-hotel yang baru didirikan. Hotel-hotel baru tersebut senantiasa memberikan cara yang berbeda dalam melayani tamunya baik itu sistem operasional, pelayanan yang memuaskan, harga yang sesuai, fasilitas yang lengkap, dan lain-lain.

Dewasa ini perkembangan kesadaran masyarakat muslim di dalam pemilihan tempat menginap juga sudah mulai tumbuh. Kaum muslim untuk kelas sosial menengah mulai melirik hotel yang memberikan ketenangan di dalam beribadah, yaitu tersedia tempat beribadah, lingkungannya menunjukkan suasana yang islami dan makanan di restorannya dijamin halal. Ternyata peluang bisnis inipun ditangkap oleh para pengusaha hotel dengan mendirikan hotel syariah.<sup>3</sup> Hotel syariah merupakan konsep hotel yang menawarkan berbagai fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan nilai – nilai islam. Akomodasi penginapan ini memimansisir, bahkan mengurangi segala praktik perhotelan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, seperti menyajikan minuman beralkohol, bercampurbaurnya pria wanita yang bukan muhram, praktek perjudian, hiburan malam, dan lain sebagainya.<sup>4</sup>

Salah satu hotel di Sidoarjo yang menggunakan syari'ah sebagai landasan pengelolaannya adalah Hotel Global Inn Syariah. yang dalam kegiatan operasionalnya terikat dengan ketentuan-ketentuan Syariah Islam,

---

<sup>3</sup> Widyarini,dkk “*Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah*” jurnal ekonomi dan bisnis islam, Vol. 9 no.1, 2014, hal. 83

<sup>4</sup> Fatia Noor Anisa,dkk , “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Citra Merek Hotel Berbasis Syariah : Studi Kasus Hotel Sofyan”, *Jurnal Manajemen FE.UI*, 2013, hlm. 1-2

Hotel yang sesuai dengan prinsip syariah adalah hotel yang dalam menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, dikelola secara komersial, serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemerintah dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Hotel Syariah memiliki kekhasan tersendiri dalam melakukan penawaran jasanya, namun demikian variabel pengaruh keputusan pemilihan hotel syariah bagi para tamu, pada dasarnya hampir sama dengan hotel umum. Namun, Hotel ini hanya menerima pasangan suami istri dengan akta perkawinan.

Memang diakui, sampai sejauh ini, standar hotel Syariah yang baku belum ada, dan belum pula dibuat oleh lembaga-lembaga keislaman yang terdapat di negeri ini, seperti MUI, Departemen Agama, maupun oleh Ormas-ormas Islam, dll. Namun sesungguhnya bukan hal yang sulit pula untuk membuat ketentuan yang sesuai dengan kaidah Syariah, meskipun terdapat rambu-rambu Syariah yang bersifat umum dalam menjalankan muamalah, usaha ekonomi, termasuk usaha perhotelan. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya

proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.<sup>5</sup>

Karena banyaknya hotel yang menawarkan fasilitas dan pelayanan penginapan (makan dan minum, jasa jasa lainnya) membuat konsumen harus memikirkan dengan benar hotel mana yang akan menjadi tempat penginapan untuk sementara waktu. Proses dalam pengambilan keputusan bukanlah proses sederhana, namun mempunyai beberapa faktor yang mempengaruhinya. Berbicara tentang keputusan yang dilakukan konsumen, maka tidak akan terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusannya. Konsumen dalam pengambilan keputusannya dipengaruhi oleh kepentingan masing-masing yang timbul dari kekuatan rangsangan, yaitu *personal characteristics* (karakteristik individu), *Lifestyle* (gaya hidup), *perception needs* (kebutuhan persepsi), *situations* (situasi).<sup>6</sup>

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Layanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak

---

<sup>5</sup> *Ibid*, hal 3

<sup>6</sup> Aris Susetyo, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Melalui Internet Marketing" Jurnal Fokus Bisnis, Vol.15, No.01, 2016 Hal. 94

menjamin dan dapat menyelamatkan layanan yang buruk. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.<sup>7</sup>

Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka akan secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Sikap pramugari yang sopan dan ramah merupakan bentuk pelayanan yang diharapkan konsumen. Sehingga kualitas layanan yang baik serta kepuasan pelanggan tersebut dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya pada badan usaha yang bersangkutan. Pelanggan dalam menentukan kualitas layanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu layanan tersebut tetapi juga memperhatikan proses pemberian layanan tersebut. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh persepsi pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik agar dapat memenuhi atau bahkan mampu melampaui kebutuhan pelanggan agar tercapai kepuasan.<sup>8</sup>

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor kepercayaan. Kepuasan yang tercipta akan menimbulkan suatu kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Kepercayaan merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak lainnya. Dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai harapan pelanggan bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya.

---

<sup>7</sup> Ibid, hal 95

<sup>8</sup> Radix Carlyan, "Pengaruh Kelengkapan Produk, Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Guyubrukun Tulungagung" Jurnal Ekonomi – Manajemen 2016, Hal.2

Meskipun produk yang ditawarkan oleh telah sesuai dengan selera konsumen, akan tetapi didalam memberikan pelayanan yang kurang baik akan menyebabkan konsumen kurang terpuaskan. Akibatnya hilang kepercayaan konsumen terhadap produk, motivasi konsumen akan menurun dan daerah pemasaran akan direbut pesaing.<sup>9</sup>

Penilaian terhadap kompetensi perusahaan (*perceived competence*) dan Penilaian terhadap keadilan dan kejujuran (*perceived fairness*). Penilaian terhadap kompetensi hotel (*perceived competence*) yaitu penilaian pelanggan terhadap keunggulan jasa dari hotel tersebut. Sebagai contohnya adalah hotel yang memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, secara tepat dan akurat akan selalu mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya. Penilaian terhadap keadilan dan kejujuran (*perceived fairness*) yaitu penilaian pelanggan mengenai keadilan dan kejujuran karyawan hotel dalam memberikan pelayanan. Keadilan dan kejujuran karyawan hotel dalam menyediakan pelayanan akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada hotel tersebut. Begitu sebaliknya, karyawan yang tidak jujur dan tidak adil atau membedakan pelanggan dalam memberikan pelayanan dapat membuat pelanggan kecewa dan tidak percaya kepada hotel serta berpotensi beralih menggunakan jasa hotel lain.<sup>10</sup>

Disamping itu, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen

---

<sup>9</sup> *Ibid*, hal 2

<sup>10</sup> Molden Elrado H, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas (Survei pada Pelanggan yang Menginap di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu)” Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 2, 2014 , hal. 2

untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.<sup>11</sup>

Fasilitas pada Hotel Global Inn Syariah ini sangat cocok untuk aktivitas para muslim, misal tempat beribadah, mulai dari kamar kamar yang nyaman, layanan free welcome drink (takjil), free breakfast (sahur), penjemputan gratis dari bandara Juanda, layanan laundry, lahan parkir yang luas, dan pastinya layanan wake up call untuk tahajud, tempat wudhu dan sebuah mushola. Tak cuma itu, hotel syariah ini juga akan memberikan komisi untuk yang mengantar pengunjung ke hotel, Hotel juga dilengkapi free wifi, pemesanan kendaraan seperti taxi.

Terlihat bahwa dalam beberapa tahun terakhir hotel ini mengalami pengurangan jumlah pengunjung yang cukup drastis. Berikut data yang berhasil diperoleh mengenai jumlah tamu yang menginap di Hotel Global Inn Syariah :

---

<sup>11</sup> Yunus, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan" Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 12 ,2014, hal. 3

**Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Hotel Januari 2016 – Juni 2017**

*Sumber : Hotel Global Inn Syariah.*

<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH PENGUNJUNG</b>
JANUARI 2016	807
FEBRUARI	1051
MARET	1575
APRIL	1887
MEI	1224
JUNI	1009
JULI	1133
AGUSTUS	1009
SEPTEMBER	1397
OKTOBER	1667
NOVEMBER	1856
DESEMBER	1784
JANUARI 2017	1378
FEBRUARI	1249
MARET	1402
APRIL	1099
MEI	1303
JUNI	1270

Pada tabel dapat dilihat secara langsung bahwa dengan adanya persaingan yang terjadi pada pengunjung hotel sehingga terjadi perubahan pada setiap bulannya. Selama tahun 2016 januari mengalami peningkatan dari bulan januari berjumlah 807 meningkat pada bulan februari sebesar 1051 bulan maret mengalami peningkatan lagi sebesar 1575 dan bulan april juga mengalami peningkatan sebesar 1887 dan dibulan juni mengalami penurunan 1224, bulan juli 1133 dan bulan agustus juga pada nilai 1009 dan naik lagi sebesar 1397 pada bulan september dan oktober 1667 dan dibulan november juga mengalami kenaikan sebesar 1858 dibulan desember sebesar

1784. Ditahun 2017 terjadi penurunan sebesar 1378, bulan februari turun lagi 1249, dan dibulan meret ada kenaikan sedikit sebesar 1402 dan turun lagi sebesar 1099 dibulan april dan naik sebesar 1303 dibulan april dan turun lagi pada bulan juni karena bulan puasa jadi terjadi penurunan.

Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menginap di hotel. Dalam penelitian ini dipilih variabel kualitas layanan, kepercayaan, dan fasilitas sebagai fokus dari penelitian. Penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Global inn syariah. Maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP PADA HOTEL GLOBAL INN SYARIAH”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang akan diteliti yaitu ada banyak hal yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan melakukan pembelian seperti masalah Kepercayaan atas perusahaan, Fasilitas yang lengkap, serta tak kalah penting adalah pelayan terbaik yang diberikan berdasarkan prinsip syariah.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penulis akan membatasi permasalahan yang dibahas, sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menginap menurut tinjauan syariah pada Hotel Global Inn Syariah?
2. Adakah pengaruh kepercayaan terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Global Inn Syariah?
3. Adakah pengaruh pengaruh fasilitas bersama terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Global Inn Syariah?
4. Adakah pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Global Inn Syariah?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Global Inn Syariah?
2. Menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Global Inn Syariah?
3. Menguji pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Global Inn Syariah?
4. Menguji pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Global Inn Syariah?

## **E. Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Secara teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan untuk meningkatkan pelayanan, mempertahankan kepercayaan konsumen, dan memperbaiki fasilitas yang kurang lengkap atau belum membaik.

### **2. Secara praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

Sebagai acuan dasar untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah minat sewa kembali konsumen. Dan dapat memberikan bahan perbandingan antara teori dengan praktek yang dapat di bangku kuliah dengan yang ada di dunia kerja.

#### **b. Bagi Perusahaan.**

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menerapkan strategi perusahaan yang berkesinambungan untuk menciptakan keunggulan bersaing terhadap perusahaan.

#### **c. Bagi Peneliti Lanjutan**

Bagi peneliti selanjutnya, penulis mengharapakan penelitian ini bisa menjadi salah satu bahan referensi tambahan bagi penelitian dengan tema yang sejenis. Sehingga ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan, kepercayaan, fasilitas bisa terus diikuti perkembangannya.

## **F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas dan identifikasi yang telah dipaparkan, Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, kepercayaan dan fasilitas terhadap minat sewa kembali konsumen. maka penulis membatasi masalah – masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sesuai dengan permasalahan penelitian pada faktor kualitas pelayanan, kepercayaan dan fasilitas pada Hotel Global Inn Syariah.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Operasional**

- a. Kualitas Pelayanan (X1), menjadi menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan kualitas pelayanan yang telah dikembangkan.
- b. Kepercayaan (X2), Perbandingan antara perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan perilaku yang baik dari orang lain. Seperti sikap yang diberikan karyawan dalam menangani keluhan setiap konsumen dengan tepat sehingga menimbulkan kepercayaan dari konsumen.
- c. Fasilitas (X3), adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah

kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya.

- d. Keputusan Konsumen (Y), adalah sikap yang mendukung secara lebih kepada sebuah merek yang telah dibandingkan dengan beberapa alternative yang lain dan berlangganan ulang oleh pelanggan Hotel Global Inn Syariah.

## 2. Definisi Konseptual

- a. Kualitas Pelayanan (X1)

Adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

- b. Kepercayaan (X2)

Adalah Semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap.

- c. Fasilitas (X3)

Adalah merupakan sarana yang menyediakan perlengkapan fisik guna menunjang kebutuhan konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman dan kebutuhan konsumen terpenuhi.

- d. Keputusan Konsumen (Y)

Adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

## **H. Sistematika Penulisan**

Agar memudahkan dalam pembuatan penulisan ini maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab pendahuluan ini di dalamnya berisi uraian mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, penegasan istilah.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas berisi landasan teori tentang; pengertian reward, motivasi dan kinerja karyawan yang berisi; definisi reward, determinasi reward , definisi motivasi, elemen penggerak motivasi, Bentuk Motivasi, Cara meningkatkan motivasi, Definisi Kinerja Karyawan.. Penelitian terdahulu, Kerangka berpikir (Paradigma).

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, penentu subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, serta tahap-tahap penelitian.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam fokus penelitian, yaitu paparan data, temuan peneliti, pembahasan penelitian.

**BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dari seluruh rangkaian pembahasan, baik dalam bab pertama, kedua, ketiga sampai bab ke lima yang berisikan kesimpulan-kesimpulan dan saran-saran yang bersifat konstruktif.

**BAGIAN AKHIR**

Terdiri dari : daftar rujukan, lampiran - lampiran, surat pernyataan, keaslian skripsi, serta daftar riwayat hidup.