

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perkembangan zaman menyebabkan semua lini kehidupan ikut mengalami perubahan, hal itu juga mempengaruhi peningkatan penghasilan masyarakat. Namun, peningkatan penghasilan masyarakat ternyata tidak hanya menjadi salah satu faktor penurun stress dan tekanan yang dirasakan oleh manusia. Maka dari itu, diperlukanlah yang namanya liburan.

Liburan adalah salah satu kegiatan rekreasi ke suatu tempat dengan tujuan relaksasi, perjalanan rekreatif dan berwisata. Salah satu faktor terpenting dari liburan adalah hotel untuk menginap. Umumnya hotel hanya digunakan orang untuk beristirahat saat sedang liburan tetapi semakin lama hotel juga terus *mengupgrade* bisnisnya untuk memberikan penawaran baru yang memudahkan tamunya untuk menginap. Penawaran yang diberikan dapat berupa spa, ruang fitness, *cooking class*, *yoga space* dan masih banyak lagi tergantung dengan kebutuhan pasar.

Pasca ditetapkannya *Covid-19* sebagai endemi di Indonesia, roda pariwisata di Negara Indonesia mulai kembali berputar khususnya pada wilayah Provinsi Bali. Bali atau yang biasa dijuluki sebagai Pulau Dewata terkenal dengan pesona alam yang dapat memaku pandangan para wisatawannya serta keramahan penduduknya yang membuat para wisatawan merasa disambut dengan hangat menjadikan Bali sebagai Destinasi Berlibur yang Diminati baik oleh baik pengunjung asing maupun pengunjung lokal. Salah satu tujuan wisata di Bali yang tidak dapat dilewatkan yakni Lovina

Lovina merupakan pusat wisata terbesar di Kabupaten Buleleng. Hal ini karena keunikan Pantai Lovina dengan pasir hitamnya yang identik dengan wisata lumba-lumba. Lovina juga terkenal dengan resort-resort pinggir pantai yang menggabungkan keunikan-keunikan tersebut.

Salah satu resort yang ada di di wilayah Lovina adalah New Sunari Lovina Beach and Resort. Dilansir dari *Direktori 2023* oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali, New Sunari masuk sebagai salah satu hotel bintang 4 yang mendapatkan peringkat 3 Hotel Terbaik di Kabupaten Buleleng Tahun 2023. New Sunari Lovina Beach and Resort berlokasi di Jl Raya Lovina-Singaraja, Anturan, Kabupaten Buleleng, Bali. Resort yang sekarang berada dibawah manajemen Kutus Kutus menawarkan para tamunya pengalaman menginap di Resort pinggir pantai dengan arsitektur bergaya Bali-Eropa. Selain itu, New Sunari Lovina Beach and Resort juga memberikan penawaran berupa spa dengan menggunakan produk asli kutus-kutus. Pada bagian lobby New Sunari Lovina Beach and Resort terdapat *display* produk kutus-kutus untuk memudahkan wisatawan yang datang untuk membeli produk dari kutus-kutus itu sendiri.

Menjadi salah satu resort bintang 4 terbaik di Kabupaten Buleleng tentu memiliki tanggung jawab yang besar untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya. Keberlanjutan usaha ini dapat dilakukan dengan meningkatkan eksistensi *New Sunari Lovina Beach and Resort* dimata wisatawan dan langkah yang dilakukan agar memajukan keputusan menginap pada resort tersebut. Secara umum, Keputusan menginap dapat diartikan sebagai tahapan yang dilalui oleh konsumen untuk memilih tempat menginap sesuai dengan kebutuhannya. (Jusuf, 2018:10). Tahapan tersebut dimulai dari pengenalan masalah dan

kebutuhan, dalam hal ini pengenalan masalah yang sering dialami yaitu konsumen mulai mengalami kebutuhan akan liburan dilanjutkan dengan pencarian informasi terkait lokasi liburan dan tempat menginap yang akan dipilih. Kemudian, pilihan dipersempit dengan mengevaluasi beberapa pilihan tempat menginap dan akhirnya menginap di tempat yang sudah dievaluasi. Tahap akhir dari proses ini adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen pasca menginap. Apabila pengalaman menginap yang didapat oleh konsumen sesuai dengan ekspektasinya maka semakin besar peluang konsumen tersebut akan datang kembali untuk menginap ke tempat tersebut.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *report* New Sunari Lovina Beach and Resort tahun 2022, keputusan menginap wisatawan New Sunari Lovina Beach and Resort didasari oleh reputasi baik new sunari sudah dikenal oleh khalayak umum, *rating* tinggi pada internet juga membuat nama New Sunari akan keluar sebagai tiga teratas sehingga mudah menarik perhatian wisatawan yang mencari hotel atau resort pada Bali Utara khususnya Lovina. Selain itu, keputusan menginap ini juga didukung oleh lokasi New Sunari Lovina Beach and Resort yang strategis yakni berada dekat dengan garis Pantai Lovina sehingga memudahkan para wisatawan untuk menikmati pemandangan pantainya yang berpasir hitam dan menikmati *dolphin activity* yang menjadi daya tarik wisata Lovina. Dengan fasilitas *ballroom* yang ditawarkan, menjadikan New Sunari Lovina Beach and Resort memiliki daya tarik bagi tamu *corporate* yang ingin mengadakan acara formal maupun non formal, dengan adanya *ballroom* pada resort dirasa lebih efisien untuk mengadakan serangkaian acara. Dengan landscape kebun yang luas dan tertata, juga memungkinkan untuk mengadakan acara berkonsep *outdoor* seperti, *gathering*, perayaan ulang

tahun, resepsi pernikahan dan lain sebagainya. Maka secara spesifik, tamu yang menginap di New Sunari Lovina Beach dapat digolongkan menjadi tamu *corporate*, *family group*, tamu *online travel agent* maupun tamu yang berasal dari *offline travel agent*.

Selain itu, keputusan konsumen memilih New Sunari Lovina Beach and Resort sebagai tempat menginapnya didasari oleh promosi yang dilakukan. Terjadinya kegiatan pemasaran berupaya untuk menginformasikan, mengendalikan, serta meningkatkan sasaran di pasar terkait produk di perusahaan sehingga dapat diterima, dibeli dan mendapatkan loyalitas dari konsumen sering dikatakan sebagai promosi (Tjiptono, 2010:2019). Secara sederhana, promosi dapat diartikan sebagai stimulan atau rangsangan perusahaan terkait penawaran, jasa atau produk dengan tujuan untuk mendapatkan perhatian dan pembelian dari konsumen. Semakin mengesankan pemasaran yang diberikan perusahaan sehingga semakin baik pula respon pembeli pada perusahaan, respon pembeli yang dimaksud disini adalah peningkatan minat beli konsumen akan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Saat ini promosi yang dilakukan untuk menjangkau wisatawan ada dua yaitu melalui kegiatan online maupun offline.

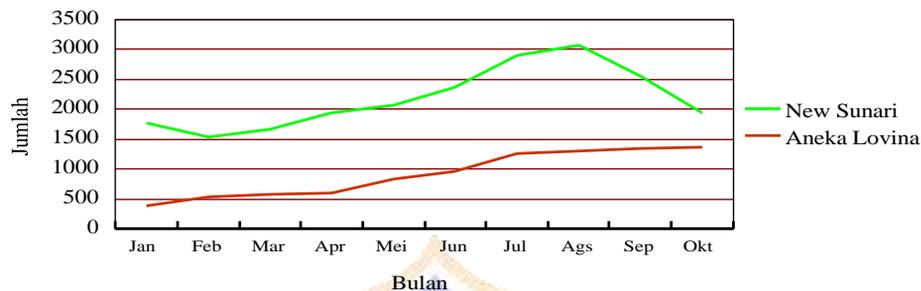
Secara online, promosi yang dilakukan oleh New Sunari Lovina Beach and Resort adalah dengan aktif di sosial media dan juga bergabung pada *online travel agent* seperti Traveloka, Booking.com, Tiket.com, Agoda, Tiket.com, Pegi-pegid dan lain sebagainya. Secara offline, promosi dapat dilakukan dengan menjangkau dan menjaga hubungan baik dengan *offline travel agent*. Menjaga hubungan baik dengan mitra travel agent ini biasanya dapat dilakukan dengan melakukan *sales*

call. Sales call dapat diartikan sebagai kegiatan bertemu tatap muka pihak perusahaan dengan pihak klien untuk membahas keberlanjutan kerja sama maupun sekedar memperat interaksi.

Namun promosi saja tidak cukup untuk meningkatkan tingkat hunian pada New Sunari Beach and Resort. Keputusan menginap masyarakat juga berpengaruh dari kualitas pelayanan yang diberikan. Secara sederhana pelayanan dapat diartikan sebagai pengungkapan produk atau jasa yang disesuaikan pada ukuran yang diadakan di tempat berlakunya produk tersebut hingga sesuai dengan keinginan yang diharapkan oleh konsumen (Sunyoto, 2012:236). Sementara itu, kualitas adalah manfaat yang berasal dari penilaian pelanggan terhadap suatu pertemuan. Sudarso (2016), hlm. 55. Berdasarkan pemahaman ini, dapat disimpulkan bahwa memberikan layanan yang sangat baik adalah langkah yang diambil bisnis untuk memuaskan kliennya. Dalam situasi ini, sangat penting bahwa penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan harus diperhitungkan setiap saat untuk memastikan bahwa harapan pelanggan dan kinerja perusahaan selaras. Pelanggan akan lebih senang jika kinerja memenuhi harapan mereka secara lebih luas. Pelayanan utama yang dapat diberikan oleh New Sunari Lovina Beach and Resort dapat dilihat dari kemampuan dan ketanggapan para staff nya saat menyalurkan pelayanan sesuai pada ekspektasi tamunya.

Pelayanan yang dilakukan tidak hanya dapat dirasakan tetapi juga dapat dilihat dengan interior klasik bergaya Bali-Eropa dan *landscape* kebun yang indah. Slogan dari New Sunari yaitu “*Relax and Rejuvenate in a North Bali Sanctuary. Experience the New Sunari Lovina Beach Resort*”. Slogan ini menjadi jaminan untuk memberikan

pelayanan yang dapat merelaksasi dan meremajakan semua para tamunya sehingga pengalaman menginap yang diberikan sesuai dengan ekspektasi semua para tamunya. Adapun grafik tingkat hunian pada New Sunari Lovina Beach and Resort pada tahun 2023 terlihat pada gambar, sebagai berikut:



Bulan
Gambar 1.1
Grafik Tingkat Hunian Per Bulan Pada New Sunari dan
Aneka Lovina Tahun 2023
(Sumber: Report hotel terkait, 2023)

Berdasarkan Gambar A.1 diketahui bahwa tingkat hunian pada New Sunari Lovina Beach and Resort mengalami fluktuasi penurunan. Hal berbeda terjadi pada dengan Aneka Lovina Villas and Spa. Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa Aneka Lovina Villas and spa mengalami kenaikan meskipun tengah berada pada *peak season*. Dilansir dari *Direktori 2023* oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali Tahun 2023, Aneka Lovina Villas and Spa saat berada pada peringkat 9 Hotel Terbaik Se- Kabupaten Buleleng. Hal ini timpang dengan yang terjadi pada New Sunari Lovina Beach and Resort yang mendapat peringkat 3 Hotel Terbaik Se- Kabupaten Buleleng dimana pada tiga bulan terakhir New Sunari Lovina Beach and Resort mengalami fluktuasi penurunan yang diduga disebabkan oleh adanya ketidaksesuaian ekspektasi wisatawan yang menginap dengan realita pelayanan yang diberikan. Ini dapat dijelaskan dengan review-review buruk pada aplikasi *online travel agent* terhadap kamar-kamar ditawarkan.

Selain itu, fluktuasi penurunan ini juga diduga terjadi karena kurangnya promosi pada *offline travel agent*. Umumnya kegiatan promosi yang dilakukan pada *offline travel agent* adalah *sales call*. *Sales call* adalah kegiatan promosi tatap muka dimana pihak resort berkunjung langsung ke pihak *travel agent* untuk menawarkan produk-produk baru maupun sekedar berbicara santai dengan tujuan untuk mendekatkan dan menjaga hubungan baik kedua belah pihak. Namun, dengan kurangnya promosi ini dilakukan maka hubungan kedua belah pihak juga menjadi kurang baik ditambah banyaknya *complain* tamu dari travel agent terhadap pelayanan yang diberikan tentu akan memudahkan pihak *offline travel agent* dalam memutuskan untuk tidak memperpanjang kontrak dengan pihak resort.

Dalam teori yang berkaitan dengan keputusan pembelian, Buchari Alma (2016:96) menyatakan jika ekonomi keuangan, politik, teknologi, produk, budaya, promosi, harga, fisik, serta sumber daya manusia didalamnya dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan faktor diatas, yang sesuai dengan penelitian ini adalah promosi, bentuk fisik, dan sumber daya manusia didalamnya. Secara sederhana, terjadinya kegiatan pemasaran berupaya untuk menginformasikan, mengendalikan, serta meningkatkan sasaran di pasar terkait produk di perusahaan sehingga dapat diterima, dibeli dan mendapatkan loyalitas dari konsumen sering dikatakan sebagai promosi (Tjiptono, 2012:219). Bentuk fisik dan sumber daya manusia ini dapat dijadikan intepretasi kualitas pelayanan. Hal ini kembali ditegaskan oleh teori yang dinyatakan oleh (Tjiptono (2017) bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh ikatan emosional yang terhubung antara konsumen dan produsen. Apabila kualitas sumber daya manusia baik, maka dapat meningkatkan ikatan emosional yang terhubung

antar dua belah pihak yang menyebabkan keputusan pembelian juga akan semakin meningkat. Bentuk fisik juga memiliki peran yang tidak kalah penting untuk menentukan penelitian. Hal ini dipertegas dengan pendapat Kotler (2016:393) yang menyatakan bahwa indikator kualitas pelayanan terdiri dari bentuk fisik atau *tangibles*, kehandalan atau *reliability*, empati dan *assurance* atau jaminan.

Promosi dan kualitas layanan ditemukan memiliki dampak positif yang kuat terhadap keputusan pembelian dalam penelitian sebelumnya oleh Anim dan Indiani (2020). Namun, pemasaran dikatakan tidak memiliki dampak yang cukup besar pada penilaian tentang apa yang akan dibeli menurut studi yang dilakukan oleh Wibowo et al pada tahun 2021. Demikian pula, sebuah studi oleh Ramadani dkk. (2019) menemukan sedikit bukti bahwa kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

Perbedaan penelitian dan masalah yang terjadi pada New Sunari Lovina Beach and Spa memberikan dorongan kepada penulis untuk meneliti lebih jauh terkait pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sehingga penelitian ini mengambil judul PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NEW SUNARI LOVINA BEACH AND RESORT.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi masalah, sebagai berikut:

- 1) Adanya fluktuasi tingkat hunian wisatawan yang memutuskan menginap pada New Sunari Lovina Beach and Resort.

- 2) Banyak ditemui *complain* terhadap fasilitas kamar dan pelayanan yang ditawarkan oleh New Sunari Lovina Beach and Resort.
- 3) Adanya masalah promosi khususnya pada promosi *offline*.
- 4) Adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini hanya difokuskan pada pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu

- 1) Apakah promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada New Sunari Lovina Beach and Resort?
- 2) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan menginap pada New Sunari Lovina Beach and Resort?
- 3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menginap pada New Sunari Lovina Beach and Resort?

1.5 Tujuan Penelitian

- 1) Menguji pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap pada New Sunari Lovina Beach and Resort.
- 2) Menguji pengaruh promosi terhadap keputusan menginap pada New Sunari Lovina Beach and Resort.
- 3) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap pada New Sunari Lovina Beach and Resort.

1.6 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis, idealnya penelitian ini akan menambah pengetahuan atau menawarkan wawasan baru tentang bagaimana promosi dan kualitas layanan memengaruhi penilaian yang dibuat dalam semalam, khususnya di bidang manajemen pemasaran.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan baru dan analisis yang komprehensif tentang New Sunari Beach and Resort, yang membahas masalah bagaimana materi promosi dan standar pelayanan mempengaruhi pilihan pengunjung untuk menginap di New Sunari Lovina Beach and Resort.

