

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam dunia bisnis, pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting. Pemasaran sendiri berarti kegiatan manusia yang berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Dalam kegiatan pemasaran ada dua pihak yang berperan yaitu produsen dan konsumen. Produsen adalah pembuat barang-barang hasil industri dan jasa, sedangkan konsumen berarti pemakai barang-barang hasil industri dan jasa. Barang-barang hasil industri dan jasa yang diproduksi oleh produsen digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk meningkatkan penjualan maka produsen mengelola produknya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Perkembangan dunia usaha yang semakin maju dan penuh dengan persaingan ketat ini, menuntut penyesuaian yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, baik itu perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Penyesuaian itu antara lain bagaimana memahami perilaku konsumen pasar sasaran dalam memenuhi kebutuhannya.

Perusahaan yang benar-benar memahami bagaimana konsumen memberikan jawaban terhadap ciri-ciri produk atau jasa yang berbeda harganya, daya tarik periklanannya dan lain-lain, akan memperoleh keuntungan yang banyak (Philip Kotler, 1990 : 77). Hal tersebut akan

mendorong perusahaan untuk membuat produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen, sehingga dapat meningkatkan daya beli masyarakat yang akan berakibat meningkatnya volume penjualan maka perusahaan akan meraih keuntungan lebih banyak.

Dengan adanya daya beli masyarakat yang meningkat disertai dengan meluasnya ilmu pengetahuan dan pengalaman seseorang, menyebabkan konsumen semakin kritis dan hati-hati dalam memilih produk yang akan dibeli. Apalagi sekarang ini dirasakan sifat pasar telah berubah, dari pasar penjual menjadi pasar pembeli, sesuai dengan keputusan dan seleranya. Karena itu perusahaan harus mengetahui keinginan konsumen tersebut dalam menggunakan produk yang dihasilkan.

Masalah yang harus dipecahkan oleh suatu perusahaan adalah hal-hal yang mempengaruhi keputusan membeli yang berubah setiap saat, dan ini sulit untuk diketahui. Untuk membatasinya maka perlu diadakan studi perilaku konsumen. Adapun perilaku konsumen menurut Basu Swasta dapat didefinisikan sebagai berikut:

Perilaku konsumen adalah suatu keinginan-keinginan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Oleh karena itu yang perlu dipelajari dalam perilaku konsumen adalah apa yang dibeli dan dikonsumsi, dimana, bagaimana kebiasaannya dan dalam kondisi macam apa barang-barang dan jasa dibeli. Dengan mempelajari

kebutuhan dan keinginan pembeli yang merupakan landasan dari keberhasilan pemasaran.

Studi perilaku konsumen juga dimaksudkan untuk membantu program pemasaran dalam memenuhi keputusan yang tepat bagi program pemasarannya, yaitu dengan mengkombinasikan variabel jasa, yaitu tarif, fasilitas, kebersihan, keamanan, dengan variabel yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian yaitu tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan dan usia.

Demikian pula dengan “Hotel Quality”. Perusahaan ini telah menyadari bahwa tidaknya penjualan jasa tergantung pada usahanya didalam memahami dan menerima kenyataan atas pentingnya peranan tingkah laku manusia dalam berbagai macam keadaan yaitu dengan pemahaman tentang perilaku konsumen.

Perilaku yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari karakteristik konsumen yang meliputi tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, tingkat usia dengan atribut jasa yang meliputi tarif, fasilitas, kebersihan dan keamanan. Hal-hal tersebut perlu diteliti karena merupakan variabel dependen dan independen dalam penelitian ini.

Dengan adanya kenyataan tersebut diatas, maka penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang perilaku konsumen, khususnya dalam melakukan pembelian jasa di “Hotel Quality”. Oleh karena itu dalam skripsi ini diambil judul “Analisa Pengaruh Faktor Tarif, Kebersihan, Keamanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Akomodasi di Hotel Quality”.

## **B. Perumusan Masalah**

Pokok permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana tanggapan konsumen atau tamu hotel terhadap mutu pelayanan Hotel Quality yang menyangkut tarif, kebersihan, fasilitas dan keamanan”.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan judul serta latar belakang masalah, maka pokok masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh antara keputusan konsumen dalam memilih jasa akomodasi di Hotel Quality Surakarta dengan variabel jasa yang terdiri dari tarif, fasilitas, kebersihan dan keamanan.
2. Dari variabel jasa tersebut, variabel mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa akomodasi di Hotel Quality.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini perlu ditetapkan agar nantinya pelaksanaan penelitian ini dapat berjalan lancar sesuai dengan tujuan yang dimaksud sebelumnya. Adapun tujuan dari penelitian ini antara karakteristik variabel:

1. Menganalisa besarnya pengaruh faktor tarif, kebersihan, keamanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa akomodasi di Hotel Quality Surakarta.
2. Untuk mengetahui faktor mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa akomodasi di di Hotel Quality Surakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan mengadakan penelitian ini, penulis berharap agar tulisan ini dapat bermanfaat bagi :

1. Produsen

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu informasi dan bahan pertimbangan bagi pihak Hotel Quality dalam usaha mengantisipasi kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam usaha peningkatan volume penjualan.

2. Penulis

Dapat menerapkan, membandingkan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan melihat, mengamati, mengetahui keadaan sebenarnya yang dihadapi.

3. Pihak lain

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan pada penelitian selanjutnya.
- b. Dapat menjadi bahan bacaan untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa dan para pembaca lain.

## **E. Sistematika Skripsi**

Skripsi ini terdiri dari 5 bab, dimana dalam tiap bab akan menguraikan antara lain:

**Bab I : Pendahuluan**

Bab ini akan menjabarkan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika skripsi.

**Bab II : Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi teori-teori yang menguraikan tentang pengertian pemasaran, pengertian manajemen pemasaran, konsep pemasaran, pengertian perilaku konsumen, teori perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, tahap-tahap dalam proses pembelian, model perilaku konsumen, pengertian hotel dan implikasi perilaku konsumen terhadap strategi pemasaran.

**Bab III : Metodologi Penelitian**

Bab ini terdiri dari kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, metode pengambilan sampel serta metode analisis data.

**Bab IV : Pelaksanaan Hasil Penelitian**

Bab ini akan membahas tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur

organisasi, lokasi bidang usaha perusahaan, data yang diperoleh, analisis data dan pembahasan serta hasil analisis data penelitian.

Bab V : Penutup

Berisi kesimpulan dan saran-saran yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan.