

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan dalam dunia bisnis dewasa ini dirasakan semakin ketat, seiring dengan bertambahnya perusahaan-perusahaan sejenis yang menawarkan produk atau jasa yang sama. Masyarakat sebagai salah satu bagian dari pelaku ekonomi dengan perkembangan yang terjadi di masyarakat sebagai akibat perkembangan dari teknologi informasi, telah mempengaruhi perilakunya sebagai pelaku ekonomi.

Masyarakat semakin membutuhkan produk-produk yang berkualitas dalam memenuhi kebutuhannya mereka semakin jeli untuk melihat mana produk yang berkualitas dan mana yang tidak, namun produk yang berkualitas tidak harus mahal karena dalam pemilihan produk. Konsumen akan lebih memperhatikan produk yang berkualitas baik tetapi dengan harga yang terjangkau. Hal ini menjadikan pertimbangan bagi setiap perusahaan supaya mampu berkompetensi dengan para pesaingnya dalam memenangkan produknya.

Perkembangan dunia usaha yang semakin kompleks secara tidak langsung telah menciptakan persaingan di antara pemain. Mereka yang tidak cerdas untuk membaca situasi yang ada tersebut akan kalah dalam persaingan. Keberhasilan sebuah perusahaan untuk dapat memasarkan produk barang dan jasa yang dihasilkan bergantung pada bagaimana perusahaan tersebut mampu

menyampaikan pesan-pesan yang efektif kepada konsumennya. Oleh karena itu komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting terhadap keberhasilan pemasaran produk perusahaan tersebut. Disini perusahaan dituntut untuk dapat lebih kreatif dalam menyampaikan pesan kepada konsumen. Selain itu perlu juga diperhatikan siapa-siapa yang akan menjadi target sasaran komunikasi.

Untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat baik di dalam pemasaran, industri sekarang semakin berorientasi pada keunggulan yang kompetitif dengan menggunakan teknologi yang semakin produktif, efisien serta mampu menjamin secara konsisten keunggulan mutu produknya. Bersamaan dengan itu, para pengusaha harus mampu pula mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk mengatasi persaingan pasar yang semakin terbuka.

Bisnis hotel syariah memang tidak mudah ada banyak persyaratan yang harus dipenuhi investor, terutama prinsip syariah itu sendiri yang terkait dengan kaidah *halallan thoyiban*. Kaidah ini meliputi dana investasi, pengelolaan, plus makanan dan minuman. Segala hal harus sesuai syar'i. Dalam hal ini operasional pun, mulai dari pakaian muslim untuk petugas hotel, seleksi tamu hotel, pemisahan tamu laki-laki dan perempuan yang akan menggunakan fasilitas, hingga pelarangan minuman beralkohol.

Pertumbuhan hotel syariah ini terhitung lambat dibandingkan dengan hotel konvensional, sampai saat ini jumlah hotel berlabel syariah bisa dihitungkan dengan jari. Hal ini bukan berarti bisnis hotel syariah tidak menguntungkan.

Sebaliknya, fasilitas ekomodasi dengan label khusus tersebut justru sangat menjanjikan. Hal ini mempertimbangkan kuatnya pasar domestik yang didorong pesatnya aktivitas meeting, incentives, convention, exhibition dan meningkatnya jumlah pelancong bisnis.

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah keperusahaan lain. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2008:85).

Berdasarkan latar belakang tersebut setiap perusahaan tentunya menginginkan agar strateginya berjalan dengan baik di mana dalam implementasi strategi tersebut tentu menguntungkan perusahaan, Besarnya kesempatan dan peluang yang menjanjikan dari pangsa pasar terseta didukung pula oleh banyak sumber daya yang ada membuat pengelola hotel syariah perlu adanya strategi guna mengatasi permasalahan tersebut, dengan demikian peneliti mengambil judul: “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Hotel Syariah (Studi Pada Pelanggan Hotel Syariah di Surakarta)”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas penulis dalam merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta?
2. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta?
3. Apakah lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta
4. Untuk menganalisis kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta
5. Untuk menganalisis lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian hotel syariah di Surakarta

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Praktis

Memberikan gambaran yang jelas kepada pengelola pada hotel syariah tentang keputusan memilih hotel syariah yang dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan dan lokasi sehingga sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pimpinan dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti.

## 2. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, mengembangkan ilmu, serta sarana latihan dan pengalaman penulis dalam menerapkan teori yang diperoleh pada waktu kuliah.

## E. Sistematika Penulisan

Sebagai arahan dalam memahami skripsi ini, penulis menggunakan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang landasan teori dalam penelitian yaitu mengenai Keputusan Pembelian, harga, kualitas pelayanan, Lokasi, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis

### **BAB III METODA PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, dan metode analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini tentang deskripsi responden, analisis data, dan pembahasan.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data, keterbatasan penelitian, dan saran untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**