

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami perubahan yang signifikan. Saat ini, sering kali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, launching produk baru, dan tidak jarang pula hotel digunakan untuk sarana berakhir pekan bagi masyarakat kalangan menengah atas.

Pelanggan pada jaman sekarang adalah pelanggan yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Oleh sebab itu, sangatlah penting bagi Dairi Hotel Sidikalang yang merupakan salah satu penyedia jasa perhotelan di Sidikalang untuk merancang konsep pemasaran yang tepat. Sebab hanya perusahaan yang memiliki wawasan tentang konsumen dan konsep pemasaran yang tepat yang dapat tetap bertahan hidup. Perusahaan tidak terkecuali yang bergerak di bisnis perhotelan dituntut untuk dapat memberikan nilai lebih, dengan cara memperhatikan dan memberikan apa yang diinginkan konsumennya.

Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang tinggi kepada pelanggan. Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang

jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang mereka beli. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada jaman ini juga berdampak pada persaingan dunia usaha, khususnya perusahaan perhotelan. Kesuksesan dalam persaingan akan dapat dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, 1997:19).

Persaingan Dairi Hotel Sidikalng dengan hotel lainnya yang ada di Sidikalang sangatlah ketat. Dari data Dinas Pariwisata Kabupaten Dairi hingga tahun 2011, terdapat tiga Hotel besar yang bersaing di Sidikalang, yaitu Dairi Hotel, Hotel Angkasa, dan Beristera Hotel (www.DinPariwisataKabDairi.com). Dairi Hotel terletak di jalan Sisingamangaraja No. 84-86 Sidikalang. Hotel ini menyediakan berbagai fasilitas penginapan bagi para pelanggannya, baik itu dari faslitas utama seperti kamar tidur, sampai pada fasilitas pendukung seperti cafe, ruang karaoke, aula dan kolam renang. Selain itu, letak Dairi Hotel juga sangat strategis yaitu terletak di jantung kota Sidikalang yang jauh dari kebisingan pabrik, serta kondisi lingkungannya juga aman dan nyaman. Adanya fenomena ini menjadi suatu pekerjaan penting bagi manajemen Dairi Hotel Sidikalang agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik pelanggan, sekaligus mempertahankan pelanggannya. Untuk dapat mencapai hal tersebut, maka pihak manajemen Dairi Hotel Sidikalang perlu melakukan beberapa tindakan seperti ; peningkatan jumlah iklan Dairi Hotel, dan perbaikan/ evaluasi dalam hal penawaran harga.

iklan dan harga menjadi hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh

sebab itu, Dairi Hotel Sidikalang harus selalu mengadakan evaluasi terkhusus dalam hal iklan dan harga. Perubahan paradigma baru dalam pengelolaan sebuah Hotel adalah merubah visi ke arah pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Persaingan antar Hotel dalam industri hotel nampaknya semakin meningkat, sehingga manajemen sebuah hotel harus dievaluasi kembali. Juga tidak kalah penting fasilitas dari pengelolaan hotel harus mendapat perhatian yang memadai.

Ketika hotel berlomba menawarkan produknya, pelanggan dapat memilih hotel mana yang akan dipergunakan. Apabila pelanggan merasakan nilai yang di dapat lebih tinggi dari yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas dan akan loyal. Iklan dan harga yang menimbulkan loyalitas bagi pelanggannya merupakan penentuan pelanggan untuk merasakan produk sebuah hotel (Sugihartono, 2008:2).

Mempertahankan pelanggan yang telah loyal harus mendapatkan prioritas yang paling utama daripada mendapatkan pelanggan baru. Menyadari fenomena tersebut, masing-masing perusahaan perhotelan berusaha menarik perhatian pelanggannya dengan iklan. Iklan cenderung dapat menarik pelanggan untuk mengenal perusahaan dan produk dari perusahaan tersebut, serta cenderung untuk melakukan pembelian atas produk tersebut. Disamping iklan, untuk mempertahankan pelanggan yang telah loyal, para pelaku bisnis perhotelan juga perlu mempertimbangkan harga. Harga merupakan variabel khusus yang kritis dan kompleks yang digunakan perusahaan untuk mencapai strategi pemasarannya. Keputusan penentuan harga yang tepat oleh pelaku bisnis perhotelan pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat kelayakan pelanggan.

Iklan dan Harga yang baik dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan dapat memberikan banyak manfaat, diantaranya ; memberikan dasar yang kuat bagi terciptanya kesetiaan pelanggan yang disebut sebagai loyalitas pelanggan. Loyalitas pada suatu perusahaan akan mempertahankan pelanggan dari perusahaan pesaing. Loyalitas yang tinggi juga menjadi pendorong untuk melakukan pembelian ulang serta dapat mengajak orang lain untuk menggunakan produk tersebut. Atas dasar latar belakang tersebut serta tentang pengaruhnya dan atributnya yang relevan bagi loyalitas pelanggan pada sebuah hotel, maka penulis melakukan penelitian dengan judul : “PENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAIRI HOTEL SIDIKALANG”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apakah Iklan yang diterbitkan oleh Dairi Hotel Sidikalang dapat menarik banyak pelanggan?
2. Apakah Harga yang ditetapkan oleh Dairi Hotel Sidikalang.berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan?
3. Apakah Iklan dan Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Dairi Hotel Sidikalang?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak meluas, maka peneliti melakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Dalam penelitian ini dilakukan penelitian yang meliputi ; iklan, harga, dan loyalitas pelanggan Dairy Hotel Sidikalang.
2. Responden yang diteliti adalah responden yang menginap di Dairy Hotel Sidikalang.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Adakah pengaruh yang signifikan antara Iklan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Dairy Hotel Sidikalang?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari uraian permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh iklan terhadap loyalitas pelanggan Dairy Hotel Sidikalang.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Dairy Hotel Sidikalang.

3. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh iklan dan harga terhadap loyalitas pelanggan secara bersama-sama di Dairi Hotel Sidikalang.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori dan literatur yang diperoleh selama perkuliahan, kemudian memperdalam pengetahuan serta memperluas cakrawala berfikir ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam memahami dan mengimplementasikan pengetahuan tentang periklanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat agar perusahaan lebih meningkatkan kreatifitas dalam membuat iklan serta lebih cermat dalam menentukan harga produknya, sehingga besar kemungkinan pelanggan akan menjadi loyal.

3. Bagi Lembaga Pendidikan Universitas Negeri Medan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan literatur kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh periklanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan sebagai

referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.



THE
Character Building
UNIVERSITY