

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Industri perhotelan merupakan sektor penting yang berperan sebagai pendorong perekonomian di Indonesia, Airlangga Hartarto dalam artikel Kementerian Koordinator Badan Pariwisata Republik Indonesia (2025). Hotel tidak hanya menjadi tempat penginapan bagi wisatawan, tetapi juga menawarkan pengalaman yang dapat memengaruhi kesan terhadap suatu destinasi wisata. Perkembangan industri ini semakin pesat terutama di kota-kota besar seperti Bandung, dapat dilihat dari perkembangan tingkat hunian kamar di Kota Bandung meningkat sebesar 2,33 poin dengan TPK bulan Juli 2024 sebesar 67,54 dan bulan Juli 2023 sebesar 65,21 BPS Kota Bandung (2024). Hotel adalah jenis akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman, dan fasilitas lainnya untuk masyarakat umum yang melakukan perjalanan dan membutuhkan tempat tinggal sementara. Hotel juga berperan sebagai bagian dari industri perhotelan yang mendukung sektor pariwisata, dengan menyediakan kenyamanan bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Industri perhotelan Indonesia memiliki akar sejarah sejak era kolonial Belanda pada abad ke-19, dengan hotel-hotel seperti Hotel Des Indes di Jakarta dan Hotel Oranje di Surabaya yang melayani kalangan elit Eropa. Setelah kemerdekaan, pemerintah mengambil alih aset kolonial dan mengembangkan hotel sebagai bagian dari strategi pariwisata nasional, seperti pembangunan Hotel Indonesia pada 1962 untuk Asian

Games. Agung Gita Subakti (2016). Perkembangan pesat terjadi pada era Orde Baru dengan masuknya manajemen hotel internasional, yang mendorong diversifikasi fasilitas dan peningkatan kualitas layanan. Saat ini, Indonesia memiliki lebih dari 5.000 hotel dengan kelas beragam, tetapi persaingan antar hotel kelas menengah semakin ketat akibat pertumbuhan homestay dan platform digital. Jawa Barat, khususnya Bandung, menjadi salah satu pusat pertumbuhan hotel kelas menengah. Kota ini dikenal sebagai destinasi wisata kuliner, belanja, dan alam, yang menarik. Namun, data BPS (2024) menunjukkan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel di Jawa Barat turun dari 40,03% (Februari 2024) menjadi 32,39% (Maret 2024), mengindikasikan penurunan daya saing BPS Jabar (2024). Hotel kelas menengah menghadapi tekanan dari hotel bintang yang menawarkan fasilitas premium dengan harga hanya 20% lebih tinggi.

Menurut artikel dari Annasa Rizki Kamalina (2025) pasca-pandemi, konsumsi rumah tangga untuk hotel dan restoran tinggi pada 2021, tertinggi dibanding sektor lain. Namun, kebijakan efisiensi APBN 2026 mendorong hotel untuk mengurangi ketergantungan pada pasar pemerintah. Masyarakat kini cenderung memilih akomodasi dengan harga terjangkau tetapi tetap mengutamakan kualitas layanan, menciptakan paradoks antara daya beli dan ekspektasi konsumen.

Kota Bandung, sebagai destinasi wisata dan bisnis utama di Jawa Barat, mengalami pertumbuhan industri perhotelan yang signifikan. Data BPS (2024) mencatat terdapat 287 hotel beroperasi, dengan 45% di antaranya merupakan hotel kelas menengah.

Namun, tingginya persaingan menyebabkan banyak hotel kelas menengah kesulitan mempertahankan okupansi. Pada tahun 2023, rata-rata okupansi hotel kelas menengah di Bandung hanya mencapai 58%, turun 12% dibandingkan periode pra-pandemi. Fenomena ini didorong oleh maraknya homestay berbasis aplikasi dan hotel bintang yang menawarkan harga kompetitif dengan fasilitas lebih lengkap. Padahal, hotel kelas menengah seharusnya menjadi pilihan utama wisatawan dengan anggaran terbatas yang mengutamakan kenyamanan dasar.

Hotel Arimbi Kopo, yang berlokasi di Jalan Raya Kopo No. 367, Bandung, merupakan salah satu akomodasi yang strategis dan populer di kawasan Kopo. Dengan fasilitas yang lengkap, tarif kamar yang terjangkau, serta lokasi yang dekat dengan berbagai fasilitas publik seperti Rumah Sakit Umum Daerah Bandung Kiwari dan Rumah Sakit Immanuel juga dekat dengan destinasi wisata, hotel ini menjadi pilihan utama bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Beberapa tempat wisata di sekitar hotel antara lain Monumen Bandung Lautan Api dan Kebon Anggur Bandung.

Hotel ini menyediakan berbagai tipe kamar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, mulai dari kamar Standar hingga Family Room. Selain itu, hotel ini juga menawarkan beragam fasilitas, seperti area parkir yang luas, layanan kamar, akses internet berkecepatan tinggi, serta sarapan gratis. Konsep bangunan yang modern dan semi-outdoor memberikan kenyamanan tersendiri bagi para tamu. Sebagai salah satu hotel yang aktif membangun citra merek positif dan memberikan pelayanan berkualitas, Hotel Arimbi Kopo menjadi objek yang relevan untuk penelitian mengenai pengaruh

citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai hubungan antara elemen-elemen tersebut terhadap pengalaman pelanggan.

Hotel Arimbi Kopo, meskipun berlokasi strategis di dekat pusat kuliner Kopo, dinilai belum membangun citra merek yang kuat. Analisis ulasan Google (2024) menunjukkan bahwa mayoritas tamu menggambarkan hotel ini tidak memiliki keunikan yang membedakannya dari kompetitor, bahkan cenderung memiliki citra yang buruk. Fenomena ini mengindikasikan bahwa citra merek yang generik, tanpa sentuhan lokal atau nilai tambah, berpotensi mengurangi kepuasan pelanggan jangka panjang. Data BPS (2024): Okupansi hotel kelas menengah di Bandung turun menjadi 58% pada 2023. Hotel Arimbi Kopo kesulitan mempertahankan tamu tetap. Kondisi ini mempertegas urgensi peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dan pembentukan citra merek yang unik untuk bersaing di pasar yang semakin dinamis.

Secara umum kepuasan tamu hotel Arimbi Kopo Bandung belum optimal. Hal ini mengindikasikan masih belum berjalan secara maksimal standar-standar layanan yang diperlukan oleh tamu hotel. Konsumen atau tamu belum pada posisi yang benar-benar puas pada aspek ini. Begitu juga pada fasilitas umum seperti lobi dan area parkir kondisi ini menunjukkan kondisi belum optimalnya pengelolaan. Termasuk respon konsumen pada harga dan kesesuaian terhadap apa yang diterima beitu pula masih lambatnya respon dari petugas terhadap kebutuhan tamu, meskipun demikian

konsumen nampaknya masih lebih baik menilai pada aspek dihargai sebagai tamu hotel. Secara umum kepuasan tamu belum baik atau belum optimal sehingga kondisi ini perlu mendapatkan perhatian spesifik dari pihak manajemen serta melakukan evaluasi komprehensif mengenai penyebab timbulnya kondisi belum optimalnya kepuasan tamu hotel.

Studi oleh Riyanto *et al.* (2024) mengonfirmasi bahwa kualitas layanan hotel (meliputi fasilitas kamar, perilaku staf, dan keamanan) secara signifikan memengaruhi kepuasan tamu. Sementara itu, Widiyanto *et al.* (2020) menekankan bahwa citra merek yang kuat menciptakan ekspektasi positif, yang jika terpenuhi, akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Citra merek hotel mencakup asosiasi emosional dan kognitif yang melekat pada merek tersebut. Secara umum kualitas pelayanan Hotel Arimbi Kopo cukup baik, namun mengindikasikan kondisi yang belum optimal dan belum pada posisi benar-benar baik dinilai oleh konsumen. Dari review Hotel Arimbi Kopo menunjukkan bahwa fasilitas hotel belum dinilai lengkap oleh konsumen, begitu pula terkait ketepatan dalam memberikan pelayanan. Kondisi ini mengindikasikan kalau kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel belum menunjukkan kondisi optimal dan masih memerlukan upaya-upaya perbaikan dan peningkatan. Secara umum kualitas citra merek di Hotel Arimbi Kopo kondisinya sama yang menunjukkan kondisi yang belum optimal Hotel Arimbi Kopo masih belum pada persepsi yang baik atau belum memiliki citra tersendiri dan cenderung masih dianggap sama saja dengan hotel-hotel lain yang sejenis sebagai pesaingnya. Berdasarkan review Hotel Arimbi

Kopo dari tamu menunjukkan kalau Hotel Arimbi dinilai belum cukup kuat dari aspek keunggulan dari nama yang mudah diingat. Termasuk kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dari tamu hotel yang masih memerlukan upaya-upaya strategis untuk ditingkatkan. Pada aspek terakhir terlihat bahwa Hotel Arimbi kopo belum memiliki ciri khas yang unik yang membedakan dengan pesaing-pesaingnya.

Fenomena-fenomena di atas memperlihatkan bahwa Hotel Arimbi Kopo menghadapi tantangan multidimensional, mulai dari persaingan ketat hingga perubahan preferensi konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi empiris untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan, memperkuat citra merek berbasis lokal, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan. Dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif, citra merek menjadi salah satu elemen penting bagi keberhasilan bisnis perhotelan. Menurut Kotler dan Keller, (2009) menyatakan bahwa citra merek adalah kesan yang terbentuk dari pengalaman dan informasi yang didapat konsumen sebelumnya.

Citra merek mencerminkan reputasi hotel dan nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada pelanggan. Hotel dengan citra merek yang kuat dan positif lebih cenderung menjadi pilihan pelanggan, karena dianggap mampu memberikan layanan berkualitas yang dapat dipercaya. Oleh sebab itu, membangun citra merek yang baik telah menjadi strategi utama bagi para pelaku bisnis perhotelan.

Selain citra merek, kualitas pelayanan adalah aspek yang tidak kalah penting karena langsung memengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller, (2009),

kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, membuat mereka merasa dihargai dan nyaman selama menginap. Kepuasan pelanggan merupakan indikator utama keberhasilan sebuah hotel dalam mempertahankan kepuasan pelanggan serta menarik pengunjung baru, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis, khususnya dalam industri perhotelan yang penuh persaingan. Menurut Tjiptono, (2019), kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan perusahaan, yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan, harapan, atau keinginan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menunjukkan tingkat kebahagiaan mereka dan sejauh mana harapan terhadap layanan atau produk telah terpenuhi. Di tengah perubahan yang terus terjadi dalam dunia bisnis, menjaga kepuasan pelanggan menjadi tantangan tersendiri. Terlebih lagi, kemudahan akses informasi memungkinkan pelanggan untuk membandingkan berbagai layanan hotel secara langsung.

Ada berbagai indikator yang digunakan untuk menilai kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono, (2019), tujuh indikator utama tersebut meliputi produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas, dan suasana.

Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung fokus pada hotel berbintang atau jaringan hotel internasional, sementara hotel lokal seperti Hotel Arimbi Kopo sering kurang mendapat perhatian. Kondisi ini menciptakan celah dalam pemahaman tentang bagaimana kualitas pelayanan dan harga kamar memengaruhi kepuasan pelanggan pada hotel-hotel berskala kecil atau lokal.

Selain itu, banyak penelitian sebelumnya hanya membahas kualitas pelayanan secara umum tanpa mengkaji dimensi spesifik yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Contohnya, aspek seperti kecepatan layanan, keramahan staf, kebersihan fasilitas, atau kualitas makanan sering dianggap sebagai satu kesatuan, tanpa menganalisis dampaknya secara terpisah. Penelitian pada Hotel Arimbi Kopo dapat mengisi celah ini dengan menganalisis secara mendalam dimensi kualitas pelayanan tertentu yang memberikan dampak terbesar pada kepuasan pelanggan.

Sebagian besar penelitian tentang kepuasan pelanggan di industri perhotelan juga sering kali hanya fokus pada segmen pasar tertentu, seperti pelanggan bisnis atau wisatawan internasional. Namun, penelitian mendalam mengenai persepsi pelanggan dari segmen pasar lokal atau regional masih sangat jarang dilakukan. Dalam konteks Hotel Arimbi Kopo, penelitian yang mengungkap kebutuhan dan preferensi spesifik pelanggan lokal dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai kepuasan pelanggan di lingkungan ini.

Berdasarkan hasil review diatas maka didapatkan gap penelitian (literatur gap) sebagai berikut : Belum ada studi yang fokus pada hotel kelas menengah independen

di Bandung seperti Arimbi Kopo. Studi-studi terdahulu cenderung fokus pada hotel berbintang atau jaringan hotel internasional, penelitian sebelumnya juga hanya membahas kualitas pelayanan secara umum tanpa mengkaji dimensi spesifik yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian maka penelitian ini menjadi studi yang menguji pengaruh brand image dan kualitas pelayanan pada hotel kelas menengah independen di Bandung (Arimbi Kopo). Fokus menyoroti dimensi kualitas pelayanan yang spesifik untuk hotel kelas menengah. Secara umum, penelitian sebelumnya sering kali hanya menitikberatkan pada variabel utama seperti kualitas pelayanan dan harga kamar tanpa mempertimbangkan faktor kontekstual, seperti lokasi geografis hotel, kondisi ekonomi lokal, atau budaya pelanggan. Pada konteks Hotel Arimbi Kopo, penelitian dapat diarahkan untuk memahami pengaruh unik faktor-faktor kontekstual tersebut terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan hotel di wilayah lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Arimbi Kopo.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan bahwa:

1. Citra merek Hotel Arimbi Kopo kurang kuat untuk membedakan diri dari pesaing.
2. Hotel Arimbi Kopo juga dinilai memiliki kualitas pelayanan yang buruk
3. Dampak dari lemahnya citra merek dan belum optimalnya kualitas pelayanan terlihat pada tingkat kepuasan pelanggan yang belum maksimal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa citra merek yang lemah, kualitas pelayanan yang buruk, dan kepuasan pelanggan yang rendah adalah masalah utama Hotel Arimbi Kopo. Dengan begitu pentingnya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Arimbi Kopo.

C. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

a. Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian yang dilakukan di Hotel Arimbi Kopo memiliki ruang lingkup kegiatan pada pelayanan hotel yang mencakup interaksi antara pihak hotel dengan tamu selama proses pelayanan berlangsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat memberikan gambaran sejauh mana persepsi tamu terhadap citra merek hotel serta kualitas layanan yang diterima berkontribusi dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

b. Batasan Masalah

Agar penulisan dapat berjalan sesuai dengan alur yang diharapkan, maka perlu diberi batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada Hotel Arimbi Kopo.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen, serta kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.

3. Data yang digunakan diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan Hotel Arimbi Kopo dan diolah menggunakan aplikasi SPSS untuk analisis statistik.

D. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Arimbi Kopo;
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Arimbi Kopo;
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Arimbi Kopo.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademisi

1) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan ilmiah, mengaplikasikan teori perkuliahan, serta menguji keterampilan peneliti dalam menganalisis masalah.

2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan para akademisi atau masyarakat yang membutuhkan dalam mencari solusi atas permasalahan yang dikaji.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam kepada manajemen hotel terkait faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan mengetahui bagaimana citra merek dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan, pihak hotel dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

G. Jadwal Penelitian

Adapun jadwal yang peneliti lakukan dapat dilihat dari tabel dibawah:

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

[illegible]

No	Bulan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
4	Pengumpulan Data																					x	x						
5	Analisis Data																								x				
6	Penulisan Naskah Skripsi													x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
7	Pendaftaran Munaqasyah																										x		
8	Munaqasyah																										x		
9	Revisi Skripsi																												x

Sumber: Buku Panduan Penulisan Skripsi FEBI UIN Sunan Gunung Djati
Bandung (2025)

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman dan pembahasan skripsi ini sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi harus dikemukakan. Sistematika penulisannya seperti berikut:

Penyajian laporan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel dan daftar lampiran.

2. Bagian Utama Skripsi

Bagian utama skripsi terbagi menjadi bab dan sub bab yaitu seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, ruang lingkup dan Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari:

- A. Konsep dan Teori: berisi mengenai pengertian, tujuan, fungsi dan manfaat dari manajemen, manajemen pemasaran serta indikator dari citra merek, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
- B. Kajian Penelitian Terdahulu: telaah penelitian mengenai hasil hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.
- C. Kerangka Berpikir: persepsi dan pendapat mengenai aspek/variabel yang akan diteliti.
- D. Hipotesis: memuat pernyataan singkat yang disimpulkan dari landasan teori atau tinjauan pustaka termasuk studi pendahuluan yang relevan

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam pengembangan sistem informasi. Agar sistematis, bab metode penelitian meliputi :

- A. Metode dan Pendekatan

- B. Jenis dan Sumber Data Penelitian
- C. Populasi dan Sampel
- D. Variabel Penelitian
- E. Definisi Operasional Variabel
- F. Waktu dan Wilayah Penelitian
- G. Teknik Pengumpulan Data
- H. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini terdiri dari gambaran hasil penelitian dan analisa. Baik dari secara kualitatif, kuantitatif dan statistik, serta pembahasan hasil penelitian. Agar tersusun dengan baik diklasifikasikan ke dalam :

- A. Gambaran Umum Hotel Arimbi Kopo
- B. Hasil Penelitian
- C. Pembahasan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan disajikan dalam bab ini. Kesimpulan berisi pernyataan yang dikemukakan oleh peneliti secara keseluruhan riset yang telah dilakukan dengan mempertimbangkan hasil, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta landasan teori yang dipergunakan. Sedangkan,

Gagasan yang diberikan kepada pembaca yang didasarkan atas hasil temuan dalam studi yang telah dilakukan dan bukan berupa pendapat atau tinjauan idealis pribadi peneliti.

3. Bagian Akhir Skripsi

Bagian akhir dari skripsi ini berisi tentang daftar pustaka dan daftar lampiran.

