

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan globalisasi dan pasar bebas, dunia perdagangan pemasaran secara otomatis akan dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat. Selain itu kondisi pasar juga semakin terpecah-pecah daur usia produk semakin pendek. Dalam kegiatan bisnis sekarang *relationship* menjadi topik yang penting. Manusia yang cerdas menyadari, hubungan yang hangat bisa mencairkan kebekuan. Hubungan itu harus didasarkan oleh prinsip-prinsip ketulusan dan saling mendukung, bukan sekedar hubungan transaksional yang semu dan semata-mata karena perintah kerja atau hitung-hitungan cost-benefit.

Salah satu bidang usaha yang mengalami perkembangan pesat saat ini adalah jasa penginapan atau hotel. Hotel king's Kudus sebagai salah satu hotel yang berada di kota Kudus yang bergerak dibidang jasa dan pelayanan yaitu penginapan dan resto, tidak luput dari keinginan untuk meningkatkan pelayannya untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang sangat ketat saat ini. Sebagai salah satu hotel termuka di kota Kudus adalah *King's Hotel*, hotel ini memiliki misi meningkatkan kualitas pelayanan agar tercipta kepuasan konsumen yang telah datang menyewa di hotel tersebut.

Dalam melakukan pemasaran, para pengusaha/manajemen mengacu pada konsep bauran pemasaran yang terkenal dengan *marketing mix* (4P) yaitu *product*, *place*, *price* dan *promotion*.¹ Dari keempat bauran pemasaran tersebut yang menjadi tolok ukur terhadap kepuasan konsumen biasanya adalah harga. Harga merupakan nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang/jasa. Dalam pemasaran jasa, harga sering dimanfaatkan untuk membangun kepercayaan akan mutu jasa. Strategi dalam penetapan harga pun beragam diantaranya penerapan harga psikologi, pemberian diskon, dan penetapan harga berdasarkan pesaingnya. Umumnya, bagi tim futsal yang sudah menjadi member pada tempat futsal tertentu akan mendapat harga khusus/harga member yang lebih murah dari pada

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Kualitas Jasa: Edisi Kedua* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 18.

harga normalnya. Tujuan penetapan harga khusus member ini juga untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Dalam berbisnis, perlu adanya standar harga yaitu prinsip transaksi bisnis harus dilakukan dengan harga yang adil yaitu harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Hal itu merupakan cerminan dari komitmen syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualan secara adil.² Dalam Islam tidak dibenarkan mengambil keuntungan dalam jumlah besar dan melakukan perang harga dengan niat menjatuhkan lawan. Semua persaingan harus sehat dan tidak merugikan orang lain.³ Dalam proses keputusan konsumen membeli barang/jasa, harga sering menjadi pertimbangan dalam alternatif pilihan yang ada.

King's Hotel Kudus merupakan usaha perhotelan berdiri sejak tahun 2013. Mayoritas konsumen yang dimiliki King's Hotel Kudus adalah Salesman dan wisatawan. Berikut ini data jumlah penyewa kamar di King's Hotel Kudus selama tahun 2016-2018:

Tabel 1.1 Jumlah Penyewa Kamar di King's Hotel Kudus

Tahun	Kamar		
	<i>Deluxe</i>	<i>Superior</i>	<i>Bisnis</i>
2016	960	1356	765
2017	932	1263	692
2018	870	1154	583

Sumber : Dokumentasi King's Hotel Kudus, 2019

Lokasi King's Hotel Kudus cukup strategis karena berada di Jl. R. Agil Kusumadya lingkaran barat kav. I Kecamatan Jati Kabupaten Kudus. Halaman parkir sangat luas dan dilengkapi dengan adanya mushola yang dapat dimanfaatkan konsumen muslim menjalankan ibadah sholat. Lingkungan yang ada di sekitar usaha ini merupakan perkantoran, pabrik dan sekolah. Konsumen yang menyewa di hotel ini mayoritas berasal dari luar kota yang merupakan karyawan perusahaan retail yaitu salesman dan juga wisatawan.

² Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 212.

³ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), 268.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti menemukan daftar harga yang ditetapkan oleh King's Hotel Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Daftar Harga Sewa Kamar di King's Hotel Kudus

<i>Kamar</i>	<i>Harga Sewa</i>
Deluxe	Rp. 450000
Superior	Rp. 350000
Bisnis	Rp. 235000

Sumber : Dokumentasi King's Hotel Kudus, 2019

Selain harga dan lokasi, hal yang perlu diperhatikan perusahaan guna tercapainya keputusan menyewa konsumen yaitu dengan adanya fasilitas. Fasilitas termasuk dalam variabel penentu keputusan menyewa, dengan adanya fasilitas yang memadai dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen dalam melakukan penyewaan.⁴ Perusahaan yang mampu memberikan fasilitas yang baik untuk konsumennya maka konsumen akan datang dan melakukan pembelian atau penyewaan kembali.

Berbagai fasilitas yang telah di sediakan yaitu AC & TV, telfon, pemandian air panas, air mineral gratis dan di dalam kamar terdapat pemanas air untuk membuat kopi atau teh dan juga ada resto, Serta fasilitas lain yaitu pencucian mobil gratis setiap tamu yang menginap pada malam hari. Semua itu di lakukan untuk meningkatkan kualitas dirinya dengan melakukan perbaikan pada pola kerja maupun pada kualitas pelayanan terhadap para konsumen, sehingga tercipta kepuasan dari penyewa kamar sehingga mereka akan memutuskan penyewaan ulang di kemudian hari .

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Konsumen Menyewa Kamar Hotel di King's Hotel Kudus”**.

⁴Agus Wahyudi Salasa Gama, dkk, “Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Pasar Guwang Sukawati Bali”, *Universitas Mahasaraswati Denpasar* 11, no.1 (2016): 24.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar di King's Hotel Kudus?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar di King's Hotel Kudus?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen menyewa kamar di King's Hotel Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Peneliti ingin mengetahui adanya pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam menyewa kamar di King's Hotel Kudus.
2. Peneliti ingin mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen dalam menyewa kamar di King's Hotel Kudus.
3. Peneliti ingin mengetahui adanya pengaruh fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menyewa kamar di King's Hotel Kudus.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat kepada berbagai pihak yaitu:

1. Manfaat bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dibidang pemasaran, khususnya terhadap permasalahan yang berhubungan dengan harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan konsumen menyewa kamar di King's Hotel Kudus. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan, informasi dan pengetahuan sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan memberikan saran kepada usaha penyewaan kamar hotel dalam menetapkan strategi pemasaran di masa mendatang utamanya terkait dengan adanya berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen sehingga usaha tersebut semakin sukses.

E. Sistematika Penulisan

Skripsi yang penulis susun terdiri dari lima bab, dimana pada masing- masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Hal yang dikemukakan adalah landasan teori yang mendasari pengaruh lokasi, kelompok acuan dan harga terhadap keputusan konsumen, kajian penelitian-penelitian sebelumnya, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian, tata dan variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi data penelitian, hasil uji validitas dan reabilitas, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data, pembahasan dan analisis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran-saran dan penutup. Bagian akhir meliputi : daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat pendidikan.