

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara global, industri pariwisata dan perhotelan mengalami pemulihan setelah sebelumnya terkena dampak pandemi. UN Tourism mencatat bahwa sekitar 1,4 miliar wisatawan internasional melakukan kunjungan ke berbagai negara di dunia pada tahun 2024 dan meningkat 5% pada tahun 2025. Angka ini menunjukkan bahwa aktivitas perjalanan internasional telah kembali hampir setara dengan situasi sebelum pandemi. Lonjakan tersebut mendorong perkembangan industri perhotelan dan restoran di berbagai negara.

Industri pariwisata, perhotelan, dan layanan kuliner di Indonesia juga telah mengalami pertumbuhan yang cukup pesat setelah pemulihan pasca pandemi. Perkembangan dalam industri perhotelan telah menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar hotel dan restoran, terutama yang berkaitan dengan hotel berbintang. Sebagai hasilnya, perusahaan sekarang berfokus tidak hanya pada kualitas produk mereka, tetapi juga pada strategi pemasaran untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan memastikan kepuasan mereka.

Tabel 1.1 Statistik Hotel dan Pariwisata Kota Serang

Uraian	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Akomodasi						
Hotel Berbintang	10	10	12	12	14	16
Hotel Non Bintang	13	16	12	12	7	9
Total	23	26	24	24	21	25

Sumber: BPS Kota Serang

Berdasarkan Tabel 1.1, kondisi persaingan tersebut juga terlihat di Kota Serang. Pada tahun 2023, jumlah hotel di Kota Serang mengalami perubahan dibandingkan tahun sebelumnya, terdapat 16 hotel berbintang dan 9 hotel nonbintang. Jumlah hotel berbintang meningkat dari 14 hotel pada tahun 2022

menjadi 16 hotel pada tahun 2023, begitu juga dengan hotel nonbintang yang meningkat dari 7 hotel menjadi 9 hotel. Perkembangan sektor jasa perhotelan menunjukkan persaingan yang semakin tinggi. Berbagai hotel berbintang menawarkan fasilitas penginapan, ruang *meeting*, dan restoran dengan konsep yang beragam untuk menarik minat pelanggan.

Salah satu hotel yang beroperasi di Kota Serang adalah Hotel Horison Ultima Ratu Serang. Hotel ini mulai beroperasi pada 16 Mei 2011 dan dikenal sebagai hotel bintang empat di Kota Serang. Selain menyediakan fasilitas akomodasi, hotel ini memiliki berbagai fasilitas pendukung, termasuk restoran, ruang *meeting*, kolam renang, dan fasilitas lainnya.

Santan Restaurant merupakan salah satu fasilitas Hotel Horison Ultima Ratu Serang, yaitu restoran yang melayani tamu hotel maupun masyarakat umum. Sebagai salah satu unit bisnis yang berorientasi pada pelayanan, Santan Restaurant perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, karena pelanggan tidak hanya menilai produk, tetapi juga menilai kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kenyamanan fasilitas, serta kemampuan restoran dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan menjadi salah satu indikator utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan untuk kembali berkunjung.

Selain kualitas pelayanan, perkembangan teknologi menjadikan digital marketing sebagai sarana penting untuk menyampaikan informasi, menjangkau pelanggan, dan membangun interaksi secara lebih luas. Namun efektivitas digital marketing tidak hanya ditentukan oleh keberadaan media digital, tetapi juga oleh kualitas informasi dan komunikasi yang diberikan kepada pelanggan. Oleh karena itu, digital marketing menjadi variabel yang relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan Santan Restaurant.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah nilai pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila manfaat yang diterima, baik dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan, kenyamanan, maupun pengalaman yang diperoleh, lebih besar dibandingkan biaya yang mereka keluarkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing agar mampu mempertahankan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama dalam setiap kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat mendorong terjadinya kunjungan ulang, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta peningkatan citra perusahaan. Sebaliknya, tingkat kepuasan yang rendah dapat menyebabkan pelanggan beralih ke pesaing yang menawarkan produk dan layanan yang dianggap lebih baik. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan sebagai dasar dalam menyusun strategi bisnis yang efektif.

Tabel 1.2 Tingkat Occupancy Hotel Horison Ultima Ratu Serang

Bulan	Jumlah Kamar Tersedia	Kamar Terjual	Occupancy Rate
Mei 2026	2.883	1.800	64,94%
Juni 2026	2.790	2.086	75,82%
Juli 2026	2.883	1.522	66%
Total	8.556	5.408	68,92%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 1.2 data *occupancy* Hotel Horison Ultima Ratu Serang selama tiga bulan terakhir, terlihat adanya kondisi berfluktuasi. Perubahan tingkat hunian tersebut menunjukkan bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan fasilitas Santan Restaurant juga berpotensi mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Fluktuasi tingkat hunian hotel dapat berkaitan dengan perubahan permintaan jasa akomodasi, musim perjalanan, kegiatan bisnis dan MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*), periode liburan, serta kondisi daya beli masyarakat.

Penelitian terdahulu telah banyak membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, seperti hasil penelitian Larasati & Dewi (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh digital marketing terhadap kepuasan pelanggan, seperti hasil penelitian Iswahyuniarto (2023) menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, seperti hasil penelitian Hudhori et al. (2024) menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian yang menguji kualitas pelayanan, digital marketing, dan nilai pelanggan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada restoran yang berada di Kota Serang masih terbatas. Kondisi tersebut memunculkan kesenjangan penelitian (*research gap*) dan adanya ruang untuk membuat kebaruan penelitian dengan menguji ketiga faktor tersebut secara simultan pada Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang.

Urgensi penelitian ini terletak pada upaya untuk mengisi kesenjangan penelitian dengan menguji pengaruh kualitas pelayanan, digital marketing, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif. Penelitian ini memfokuskan analisis pada pelanggan Santan Restaurant di Hotel Horison Ultima Ratu Serang.

Berdasarkan fenomena dan adanya kesenjangan penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Digital Marketing, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan di Santan Restaurant (Studi Pada Hotel Horison Ultima Ratu Serang)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis merumuskan masalah yang timbul dalam pengamatan yang telah dilakukan pada Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang?
2. Apakah digital marketing berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang?
3. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang?
4. Apakah kualitas pelayanan, digital marketing, dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang?

C. Tujuan Penelitian

Berikut adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang.
2. Untuk mengetahui pengaruh digital marketing terhadap kepuasan pelanggan di Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang.
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, digital marketing, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Santan Restaurant Hotel Horison Ultima Ratu Serang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen terkait kepuasan pelanggan dalam pembelian suatu produk atau jasa, juga diharapkan penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat serta bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini agar dapat menjadi masukan yang dapat diberikan serta memahami apa saja konteks permasalahan yang dihadapi, lalu faktor-faktor pendukung apa saja yang diperlukan dalam penanggulangan agar masalah yang ada dapat terpecahkan dan segera mendapatkan solusi dalam kasus di bidang yang sama. Adapun manfaat penelitian bagi peneliti, lembaga, dan pengembang ilmu sebagai berikut:

- 1) Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pemahaman mendalam yang mana objek penelitian terkait perilaku konsumen, melatih kemampuan analisis, sintesis, dan pemecahan masalah secara ilmiah, serta menjadi bukti kompetensi akademik dalam menyelesaikan studi.

- 2) Bagi Lembaga

Dapat menjadi acuan atau referensi untuk mengembangkan penelitian-penelitian selanjutnya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, digital marketing, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, menjadi sumber informasi lokal yang relevan dan kontekstual, serta mendorong inovasi dan pengambilan keputusan yang lebih tepat.

- 3) Bagi Pengembang Ilmu

Memperkaya literatur dan referensi dalam bidang studi terkait, membuka peluang penelitian lanjutan atau pengembangan teori, dan menjadi dasar untuk diskusi akademik, publikasi, atau seminar ilmiah.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam menangkap inti dari penelitian ini, penulis menyusun kerangka penulisan secara terstruktur dalam beberapa bab berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri. Bab ini menjelaskan alasan penelitian dilakukan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini mengkaji dasar teori yang relevan dengan pengaruh kualitas pelayanan, digital marketing, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, termasuk konsep kualitas pelayanan, konsep digital marketing, konsep nilai pelanggan, studi-studi sebelumnya yang terkait dengan tema yang dibahas, kerangka berpikir, serta hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memberikan penjelasan mengenai tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasional variabel, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum obyek penelitian, hasil pengolahan data dan pembahasan penelitian, meliputi karakteristik responden, deskripsi hasil penelitian, uji persyaratan analisis, uji hipotesis, dan pembahasan pengaruh kualitas pelayanan, digital marketing, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Bab ini menjelaskan hasil penelitian dan menghubungkannya dengan teori serta penelitian terdahulu.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran yang diberikan penulis kepada manajemen Hotel Horison Ultima Ratu Serang serta untuk penelitian yang akan datang.