



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang mencakup beberapa aspek seperti mencakup volume penjualan tertentu, mendapatkan laba yang maksimal dan menunjang tujuan perusahaan agar senantiasa dapat berkembang dinamis dalam lingkungan bisnisnya.

Dalam era globalisasi ini persaingan menjadi sangat pesat baik di pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, misalnya dengan menghasilkan barang dan jasa yang mutunya terjamin dengan harga yang wajar, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya.

Menghadapi kondisi persaingan yang semakin ketat ini setiap perusahaan selalu berusaha menerapkan strategi-strategi baru agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Pihak perusahaan harus memperhatikan pemasaran produknya untuk menarik minat pelanggan agar tetap terus datang kesana. Strategi dan sistem pemasaran harus dapat digunakan sebaik-baiknya untuk mengatasi persaingan yang ada. Persaingan membuat perusahaan harus jeli dalam menentukan bauran pemasaran (marketing mix) yang digunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Jasa merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, digunakan serta dapat memuaskan pelanggan yang membutuhkan jasa tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa dari suatu jenis usaha. Adapun faktor yang mendukung datangnya pelanggan adalah bauran pemasaran (Marketing Mix). Bauran pemasaran jasa terdiri dari produk (Product), harga (Price), tempat (Place), promosi (Promotion), orang (People), bukti fisik (Physical Evidence), dan proses (Process). (Tjiptono, 2005 : 21).

Menentukan strategi pemasaran dan bauran pemasaran yang tepat sasaran akan semakin meningkatkan jumlah pelanggan. Peningkatan jumlah pelanggan dalam suatu jenis usaha akan mendatangkan keuntungan dan mengakibatkan usaha tersebut akan dapat terus bertahan dan berkembang dari persaingan yang ada. Untuk penelitian ini,. Penulis hanya mengambil beberapa variabel saja yaitu : Process, People dan Physical Evidence.

Hotel Grand Elite merupakan penyedia jasa penginapan yang sering di kunjungi oleh para pelanggan dari dalam kota pekanbaru maupun luar kota pekanbaru. Hotel Grand Elite kerap kali penuh pada hari-hari libur. Hotel Grand Elite sebagai salah satu hotel yang ada di kota pekanbaru yang selalu mengutamakan kualitas serta meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan para konsumen.



Hal tersebut tidak lepas dari hadirnya para pesaing seperti, hotel jatra, hotel grand central, hotel premiere dan juga semakin banyak nya hotel-hotel baru di pekanbaru seperti hotel novotel, hotel tangram dan masih banyak lagi pesaing yang lain. Munculnya para pesaing tersebut membuat hotel grand elite harus terus berbenah untuk tetap mempertahankan pelanggannya agar tidak berpindah ke para pesaing. Keadaan seperti ini tentu saja akan membawa dampak terhadap bisnis jasa persaingan tersebut akan memiliki pengaruh positif terhadap perekonomian kota pekanbaru.

Bisnis jasa penginapan menjadi sangat penting mengingat kebutuhan terhadap jasa penginapan bagi wisatawan maupun pebisnis yang sedang melakukan aktivitas di kota pekanbaru sangat tinggi. Oleh karena itu hotel grand elite harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain.

Untuk membuat konsumen tetap senang dan tidak mendapat masalah atau bisa pula dikatakan merasa puas, perusahaan tersebut hotel harus tahu bagi mana cara menyenangkan pelanggan mereka. Salah satunya dengan mempertimbangkan apa yang menjadi pendapat orang lain (pelanggan) atau menanggapi setiap keluhan pelanggan. Maka dengan sendirinya pelanggan pun akan merasa senang dengan pelayanan yang kita berikan. Pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain. Begitu juga dalam bisnis hotel banyak hal yang ditawarkan oleh pihak hotel

1. Cipta Diiringi dan Undag  
 1. Diiringi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

itu semua merupakan produk-produk hotel, contohnya saja penginapan, makanan dan minuman serta pelayanan lainnya.

**Tabel 1.1 : Perkembangan Tingkat Hunian Kamar pada Hotel Grand Elite Pekanbaru**

No	Tahun	Jumlah kamar tersedia/tahun	Jumlah kamar terjual/tahun	Tingkat hunian kamar (%)
1	2011	52.925	39.714	75,04
2	2012	52.925	35.480	67,04
3	2013	52.925	36.094	68,20
4	2014	52.925	37.597	71,04
5	2015	52.925	43.869	82,89

Sumber : Hotel Grand Elite Pekanbaru 2016

Dari tabel 1.1 diatas dapat dijelaskan perkembangan tingkat hunian kamar pada Hotel Grand Elite adalah sebagai berikut ini : Pada tahun 2011 jumlah kamar terjual adalah 39.714 atau 75,04 %, dengan jumlah kamar yang tersedia sebanyak 52.925. Pada tahun 2012 jumlah kamar terjual menurun dari tahun sebelumnya sebesar 35.480 atau 67,04 % ,dengan jumlah kamar yang tersedia sebanyak 52.925. Pada tahun 2013 jumlah kamar terjual meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 36.094 atau 68,20 %, dengan jumlah kamar yang tersedia sebanyak 52.925. Pada tahun 2014 jumlah kamar terjual meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 37.597 atau 71,04 %, dengan jumlah kamar yang tersedia sebanyak 52.925. Pada tahun 2015 jumlah kamar terjual meningkat dari



tahun sebelumnya sebesar 43.869 atau 82,89, dengan jumlah kamar yang tersedia sebanyak

52.925.

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa tingkat hunian kamar mengalami kecendrungan fluktuatif dari tahun ke tahun yang diakibatkan tingkat dan kemampuan daya saing lembaga ini semakin mengecil dan lemah. Dari informasi dan data yang diberikan, maka perusahaan Hotel menghadapi masalah yang cukup serius dalam menghadapi persaingan yang ada sehingga mempengaruhi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan di masa yang akan datang.

Bertitik tolak dari permasalahan yang di hadapi oleh lembaga ini, maka penulis tertarik untuk mengemukakan masalah tersebut dalam bentuk skripsi dengan judul :

**“Pengaruh Process, People dan Physical Evidence Terhadap Minat Konsumen Menginap Di Hotel Grand Elite Pekanbaru”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya dan pengamatan yang telah dilakukan pada hotel grand elite pekanbaru, maka dapatlah dirumuskan suatu permasalahan :

1. Apakah Process berpengaruh secara persial terhadap Minat Konsumen menginap pada Hotel Grand Elite Pekanbaru ?
2. Apakah People berpengaruh secara persial terhadap Minat Konsumen menginap pada Hotel Grand Elite Pekanbaru ?



3. Apakah Physical Evidence berpengaruh secara persial terhadap Minat Konsumen menginap pada Hotel Grand Elite Pekanbaru ?

4. Apakah Hal Procces, People, Dan Physical Evidence berpengaruh secara simultan terhadap Minat Konsumen menginap pada Hotel Grand Elite Pekanbaru ?

### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Process secara persial terhadap Minat Konsumen menginap pada Hotel Grand Elite Pekanbaru.

2. Untuk mengetahui pengaruh People secara persial terhadap Minat Konsumen menginap pada Hotel Grand Elite Pekanbaru.

3. Untuk mengetahui pengaruh Physical Evidence secara persial terhadap Minat Konsumen menginap pada Hotel Grand Elite Pekanbaru.

4. Untuk mengetahui pengaruh Process, People, Dan Physical Evidence secara simultan terhadap Minat Konsumen menginap pada Hotel Grand Elite Pekanbaru.

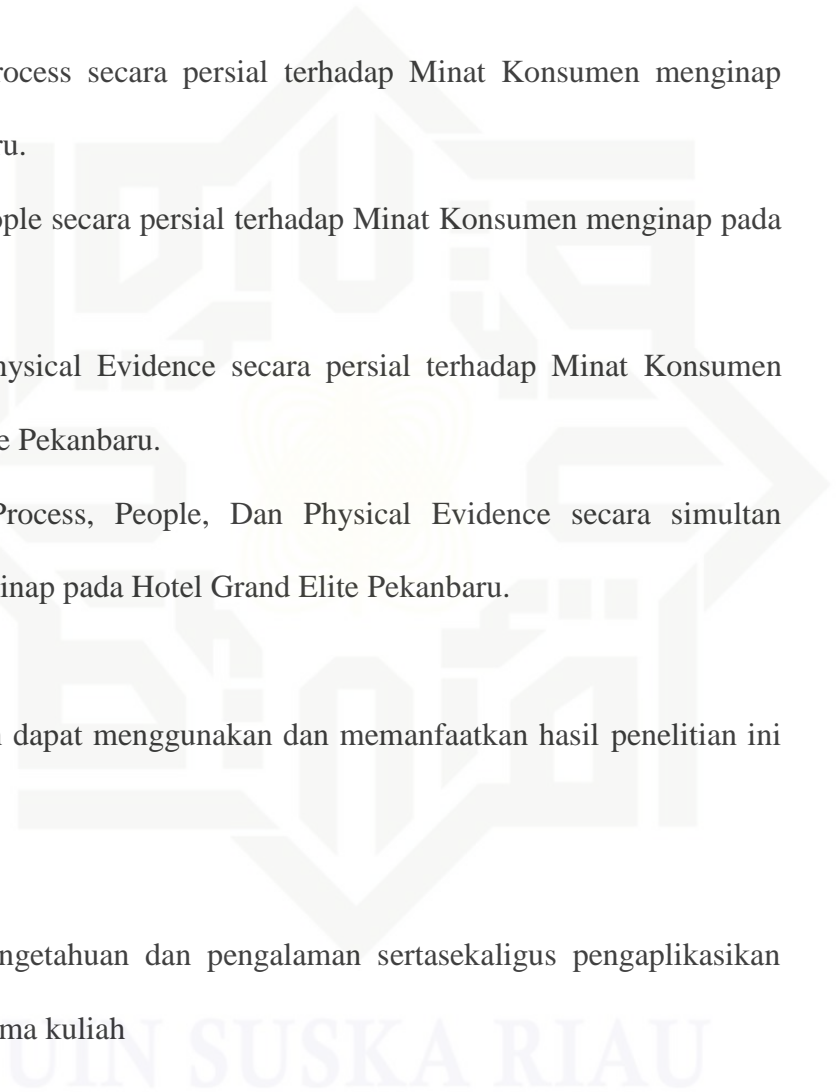
### D. Manfaat Penelitian

Berbagai pihak yang diharapkan dapat menggunakan dan memanfaatkan hasil penelitian ini adalah:

1. Penulis

Penelitian ini sebagai suatu pengetahuan dan pengalaman sertasekaligus mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama kuliah

2. Perusahaan



Dapat memberikan sumbangan pemikiran, informasi dan bahan pertimbangan pertimbangan pada pihak hotel dalam menentukan kebijakan pengambilan strategi sehingga perusahaan mampu memenuhi keinginan konsumen.

### 3. Universitas

Dapat digunakan untuk kebijakan kepentingan akademis sebagai suatu sumbangan untuk dijadikan sebagai bahan kajian yang berkaitan dengan marketing mix

## E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan ini, maka penulis menyusun dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori yang berkaitan dengan objek pembahasan seperti pengertian pemasaran , konsep pemasaran, konsep penjualan, minat konsumen, pengertian jasa dan pemasaran jasa, bauran pemasaran, process, people, physical evidence, pandangan islam tentang pemasaran dan minat

konsumen, penelitian terdahulu, hipotesis, variabel penelitian, dan operasional variabel, dan kerangka berpikir.

## METODE PENELITIAN

Bab ini diuraikan tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis data, dan uji hipotesis.

## GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini mencakup sejarah singkat perusahaan, aktivitas perusahaan, dan struktur organisasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dikemukakan mengenai hasil penelitian yang berhubungan dengan variabel penelitian

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis membuat kesimpulan dan saran sebagai masukan bagi manajemen perusahaan

### BAB III

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

### BAB IV

### BAB V

### BAB VI

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

