

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor yang memiliki peran besar dalam mendukung perkembangan pariwisata di Indonesia. Pertumbuhan sektor pariwisata secara langsung berdampak pada peningkatan kebutuhan akan sarana akomodasi, salah satunya adalah hotel. Kota Padang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat memiliki beragam potensi wisata yang meliputi wisata alam, budaya, hingga kuliner khas Minangkabau yang mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Kondisi tersebut membuat persaingan antarhotel di Kota Padang semakin ketat, sehingga setiap hotel dituntut untuk mampu memberikan pengalaman menginap yang tidak hanya memuaskan, tetapi juga meninggalkan kesan mendalam agar tamu memiliki keinginan untuk kembali menginap.

Keputusan tamu menginap kembali (*revisit intention*) menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan hotel dalam mempertahankan pelanggan. Revisit Intention merupakan bentuk perilaku atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberi *word of mouth* yang positif serta persepsi pengunjung terhadap kualitas jasa yang baik sehingga dapat menimbulkan kedekatan perilaku (Karter et al., 2025). Melihat fenomena sekarang ini, orang gemar upload foto di media sosial kemudian saling mengomentari menunjukkan bahwa komunikasi *word of mouth* dapat meningkatkan keputusan untuk berkunjung (Puti et al., 2021). Dengan demikian, keberhasilan hotel dalam menciptakan pengalaman menginap yang positif akan mendorong tamu untuk melakukan kunjungan ulang. Hal ini

sangat penting mengingat biaya mempertahankan pelanggan lama relatif lebih rendah dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Salah satu hotel yang berharap dapat meningkatkan keputusan tamu untuk menginap kembali adalah Hotel Rangkayo Basa Padang, yang merupakan hotel yang berlokasi strategis dan menjadi pilihan berbagai kalangan tamu, baik wisatawan maupun pelaku perjalanan bisnis. Untuk melihat gambaran fenomena mengenai keputusan tamu untuk menginap kembali, dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Tamu Hotel Rangkayo Basa Padang Pada Januari – Oktober 2025

No	Bulan	Jumlah	Persentase
1	Januari	1.010	–
2	Februari	844	-16,44%
3	Maret	199	-76,43%
4	April	974	+389,95%
5	Mei	909	-6,68%
6	Juni	964	+6,05%
7	Juli	1.124	+16,62%
8	Agustus	875	-22,18%
9	September	1.095	+25,14%
10	Oktober	820	-25,12%

Sumber: Hotel Rangkayo Basa

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah tamu Hotel Rangkayo Basa Padang sepanjang Januari hingga Oktober 2025 mengalami kondisi yang fluktuatif. Jumlah tamu tidak menunjukkan pola yang stabil, melainkan bergerak naik dan turun setiap bulan. Setelah mengalami penurunan dari Januari ke Februari, jumlah tamu kembali turun tajam pada bulan Maret yang bertepatan dengan bulan Ramadan sehingga aktivitas perjalanan masyarakat berkurang. Selanjutnya, fluktuasi jumlah tamu pada bulan-bulan berikutnya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti musim liburan, agenda kegiatan atau event di Kota Padang, kondisi cuaca, tingkat persaingan antarhotel, serta kebijakan harga dan

promosi yang diterapkan pihak hotel. Selain itu, perubahan daya beli masyarakat dan preferensi konsumen dalam memilih akomodasi juga turut berkontribusi terhadap naik turunnya jumlah tamu Hotel Rangkayo Basa Padang.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan tamu untuk menginap kembali adalah hotel *atmosphere*. Menurut Fitriani (2022) hotel *atmosphere* merupakan suasana yang diciptakan oleh elemen fisik maupun nonfisik, seperti tata ruang, pencahayaan, aroma, musik, hingga kenyamanan lingkungan sekitar hotel, yang secara tidak langsung memengaruhi perasaan serta perilaku konsumen. *Atmosfer* hotel yang menyenangkan dan nyaman dapat menimbulkan kesan positif sehingga tamu merasa betah selama menginap, sedangkan suasana yang tidak kondusif dapat menurunkan tingkat kepuasan bahkan menghilangkan minat tamu untuk kembali.

Hotel *atmosphere* tersebut tercermin melalui beberapa indikator menurut Misely et al., (2023) antara lain desain interior dan eksterior yang menarik dan tertata rapi, tingkat kebersihan dan kerapian lingkungan hotel, pengaturan pencahayaan yang mendukung suasana nyaman, penggunaan musik latar dan aroma ruangan yang sesuai, pengaturan suhu serta ventilasi yang baik, ketersediaan fasilitas pendukung yang menunjang kenyamanan, serta kesan umum dan kenyamanan psikologis yang dirasakan tamu selama berada di hotel.

Fenomena yang terjadi di Hotel Rangkayo Basa Padang menunjukkan bahwa suasana hotel atau *hotel atmosphere* memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan tamu untuk menginap kembali. Beberapa tamu mengeluhkan suasana hotel yang belum sepenuhnya nyaman, seperti pencahayaan lorong yang terlalu redup, tata ruang yang dianggap kurang modern sehingga

tidak memberikan kesan hangat dan menyenangkan. Selain itu, kondisi lingkungan sekitar hotel yang cukup ramai juga mempengaruhi kenyamanan tamu dalam beristirahat. Suasana yang kurang kondusif ini dapat menjadi salah satu penyebab mengapa sebagian tamu merasa kurang puas dan tidak memiliki keinginan kuat untuk kembali menginap. Fenomena tersebut diperkuat dengan hasil observasi langsung yang didokumentasikan suasana Hotel Rangkayo Basa Padang pada Gambar 1.1.



Sumber: Hotel Rangkayo Basa Padang

Gambar 1.1 Ruang Tamu Hotel Rangkayo Basa Padang

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa sofa yang oversize dan tata letaknya berdempetan sehingga ruangan terlihat penuh dan sempit. Berdasarkan penelitian Dewi dan Istiyanto (2025) yang menunjukkan bahwa suasana berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang tamu. Penelitian lain oleh Megasari et al., (2022) juga menyatakan bahwa pencahayaan, kebersihan, dan kenyamanan ruang merupakan elemen atmosfer yang paling kuat memengaruhi pengalaman tamu selama menginap. Dengan demikian, berbagai bukti empiris tersebut mendukung bahwa kondisi atmosfer hotel yang kurang optimal berpotensi menurunkan keputusan tamu untuk menginap kembali di Hotel Rangkayo Basa Padang.

Selain itu, kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam memengaruhi keputusan tamu untuk menginap kembali. Prasetyo, B., & Wulandari, (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks perhotelan, kualitas pelayanan tercermin dari kecepatan dan ketepatan pelayanan, keramahan, serta sikap profesional karyawan dalam melayani tamu.

Menurut Parasuraman et al., (1998) kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama, yaitu tangibles yang berkaitan dengan kondisi fasilitas fisik dan penampilan karyawan, reliability yang menunjukkan kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan secara akurat dan konsisten sesuai janji, responsiveness yang mencerminkan kesigapan karyawan dalam membantu tamu, assurance yang berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan, serta empathy yang menunjukkan perhatian dan kepedulian hotel terhadap kebutuhan tamu secara individual. Pelayanan yang diberikan secara optimal dan sesuai dengan harapan tamu akan menimbulkan kepuasan, yang selanjutnya mendorong loyalitas serta keputusan tamu untuk menginap kembali.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa tamu Hotel Rangkayo Basa Padang, diketahui bahwa masih terdapat keluhan terkait kecepatan pelayanan front office yang belum konsisten, terutama pada saat jam sibuk sehingga proses *check-in* dan *check-out* membutuhkan waktu lebih lama dari yang seharusnya. Selain itu, keramahan dan responsivitas karyawan juga dinilai belum merata, di mana sebagian staf kurang proaktif dalam membantu kebutuhan tamu

maupun memberikan informasi terkait fasilitas hotel. Ketepatan pelayanan juga menjadi perhatian karena adanya keterlambatan dalam penyediaan perlengkapan kamar seperti handuk atau kebutuhan tambahan lainnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tidak optimal dapat menurunkan kepuasan tamu dan memengaruhi keputusan mereka untuk menginap kembali.

Penelitian Ardiansyah, (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat kunjungan ulang tamu hotel, di mana aspek kecepatan, ketepatan, dan sikap karyawan menjadi faktor penentu utama. Dukungan penelitian terdahulu tersebut memperkuat bahwa kualitas pelayanan yang kurang maksimal di Hotel Rangkayo Basa Padang dapat menjadi salah satu penyebab menurunnya minat tamu untuk melakukan kunjungan ulang.

Hotel Rangkayo Basa Padang, yang berlokasi strategis di pusat kota, merupakan salah satu hotel yang banyak menjadi pilihan tamu, baik untuk keperluan wisata maupun perjalanan bisnis. Namun, fenomena yang terjadi adalah tidak semua tamu yang pernah menginap memutuskan untuk kembali, meskipun hotel telah menyediakan fasilitas dan pelayanan tertentu. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan dan pengalaman yang dirasakan oleh tamu, yang kemungkinan besar berkaitan dengan suasana hotel maupun kualitas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik membahas mengenai **“Pengaruh Hotel *Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap Kembali Di Hotel Rangkayo Basa Padang”**. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis bagi pihak manajemen hotel dalam merumuskan strategi peningkatan pelayanan dan

perbaiki atmosfer hotel, serta kontribusi akademis dalam memperkaya kajian literatur terkait perilaku konsumen di sektor perhotelan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh hotel *atmosphere* terhadap keputusan tamu untuk menginap kembali di Hotel Rangkayo Basa Padang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan tamu untuk menginap kembali di Hotel Rangkayo Basa Padang?
3. Bagaimana pengaruh hotel *atmosphere* dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan tamu untuk menginap kembali di Hotel Rangkayo Basa Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh hotel *atmosphere* terhadap keputusan tamu untuk menginap kembali di Hotel Rangkayo Basa Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan tamu untuk menginap kembali di Hotel Rangkayo Basa Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh hotel *atmosphere* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dalam meningkatkan keputusan tamu untuk menginap kembali di Hotel Rangkayo Basa Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori mengenai pengaruh *hotel atmosphere* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dalam meningkatkan minat tamu untuk menginap kembali di Hotel Rangkayo Basa Padang. serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya di bidang manajemen pemasaran.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan informasi yang bermanfaat, serta memberikan kontribusi pemikiran mengenai hubungan *hotel atmosphere* dan *service quality* terhadap keputusan untuk menginap kembali.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini memperluas wawasan penulis dan memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu untuk menginap kembali serta bagaimana *hotel atmosphere* dan *service quality* dapat berkontribusi terhadap keputusan tamu untuk menginap kembali.