

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi digital dan perubahan perilaku wisatawan dalam mengambil keputusan (Ramadhan & Suharto, 2024). Sebelumnya, pemesanan kamar dilakukan dengan menghubungi pihak hotel secara langsung, kini wisatawan dapat mencari informasi, membandingkan harga, hingga melakukan reservasi hanya melalui platform digital yang dapat diakses dengan mudah (Ratna dkk., 2023). Kondisi ini membuat persaingan dalam industri perhotelan semakin terbuka dan kompetitif, karena setiap hotel dituntut untuk mampu tampil unggul di tengah banyaknya pilihan inovasi hotel yang tersedia bagi konsumen (Maulina, 2023).

Semakin banyaknya jenis hotel yang terus berinovasi saat ini, maka diperlukan strategi untuk mempertahankan daya saing untuk memenuhi ekspektasi tamu yang semakin beragam (Meira dkk., 2019). Di tengah persaingan yang ketat antar hotel satu sama lain, faktor lokasi dan harga saja tidak lagi cukup, melainkan cara untuk menciptakan dan memberikan pengalaman kepada tamu yang memuaskan, dengan cara mengedepankan kualitas layanan untuk menarik perhatian wisatawan sekaligus membangun loyalitas tamu dalam memenuhi ekspektasi mereka (Sitsanggang dkk., 2024).

Kualitas pelayanan merupakan indikator utama sebagai penentu keberhasilan suatu hotel dalam menciptakan pengalaman tamu yang positif (Manal dkk., 2024). Kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari kecanggihan fasilitas yang disediakan,

namun dilihat dari bagaimana cara staf hotel merespons dan memenuhi kebutuhan para tamu secara profesional (Ababneh, 2016). Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui lima dimensi utama *SERVQUAL* (Tamanna, 2020). Ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman pada salah satu dimensi tersebut berpotensi untuk memunculkan keluhan yang kemudian dituangkan dalam bentuk *Rating* rendah dan *Review* negatif di platform digital (Forbes, 2008).

Rating dan *Review Online* menjadi indikator penting dalam menilai sebuah kualitas hotel, karena calon pelanggan juga memperhatikan pengalaman tamu sebelumnya yang tercermin melalui penilaian *Rating* dan *Review* yang positif yang mempengaruhi reputasi dan keputusan menginap (Gavilan dkk., 2017). Namun, kualitas pelayanan hotel tidak selalu tercermin secara konsisten dalam *Rating* dan *Review Online*. Meskipun memperoleh penilaian positif secara umum, hotel masih menerima ulasan negatif berulang pada aspek tertentu, seperti kecepatan pelayanan, kenyamanan fasilitas, dan respons terhadap keluhan, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara standar pelayanan dan pengalaman tamu (Caryn dkk., 2025). Permasalahan ini menjadi krusial karena ulasan negatif, meskipun tidak dominan, tetapi berdampak besar terhadap reputasi digital dan reputasi calon tamu di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat (Caryn dkk., 2025).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan dan *Review Online*. (Marthasari & Widjaja, 2020), menemukan bahwa ada keterkaitan terhadap *Rating* dan *Review* hotel di platform *Online*. Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada hotel berbintang di kota besar dan belum banyak mengkaji

hotel di daerah berkembang seperti Pasuruan, Jawa Timur yang memiliki karakteristik pasar berbeda. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Pasuruan (BPS Kota Pasuruan, 2025), jumlah kunjungan wisatawan di Kota Pasuruan sejumlah 1.734.675 orang, yang terdiri dari 1.592.021 wisatawan nusantara (domestik), dan 3.828 wisatawan mancanegara (asing). Dengan banyaknya jumlah kunjungan wisatawan ini, berdampak langsung terhadap kebutuhan akomodasi terutama di wilayah dengan potensi wisata dan industri yang berkembang, seperti Pasuruan. Dengan adanya wisatawan asing membawa konsekuensi tersendiri bagi pihak hotel karena wisatawan asing umumnya memiliki standar pelayanan yang tinggi serta cenderung aktif dalam memberikan penilaian melalui platform digital setelah menginap (Nguyen dkk., 2022).

Hotel *Ascent Premiere* Pasuruan sebagai salah satu hotel berbintang di kota Pasuruan yang memperoleh *Rating* dan *Review* yang relatif baik dari tamu di *platform Online google Review*, dengan *Rating* rata-rata 4,7 dari 5 dengan lebih dari 7,650 ulasan (*Google Reviews Ascent Premiere Pasuruan*, 2026). Namun demikian, berdasarkan pengamatan terhadap ulasan tamu pada *platform google Review*, masih ditemukan sejumlah keluhan terkait aspek pelayanan seperti staf yang masih kurang responsif dalam memenuhi kebutuhan tamu dan adanya ketidaksesuaian pelayanan dengan harapan tamu, serta kenyamanan fasilitas yang belum optimal atau permasalahan dalam pemeliharaan fasilitas pendukung, (*Google Review Ascent Premiere Pasuruan*, 2026). Keluhan tersebut menunjukkan adanya perbedaan antara ekspektasi tamu dan pengalaman aktual yang dirasakan selama menginap yang berpotensi untuk menurunkan *Rating* hotel secara keseluruhan. Kondisi ini menjadi

permasalahan yang penting karena *Review Online* bersifat terbuka dan dapat dibaca oleh banyak calon tamu dalam waktu yang lama.

Pihak manajemen hotel belum memiliki gambaran yang jelas dan terukur mengenai sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *Rating* dan *Review Online*, baik secara keseluruhan maupun berdasarkan masing-masing dimensi kualitas pelayanan tersebut. Tanpa adanya data empiris yang objektif, upaya perbaikan pelayanan cenderung dilakukan berdasarkan asumsi atau keluhan tertentu saja, sehingga tidak ada keberlanjutan secara optimal yang jika tidak segera dievaluasi secara sistematis dan akan berpotensi memunculkan *Review* negatif secara berulang dan menurunkan kepercayaan konsumen serta daya saing hotel *Ascent Premiere Pasuruan*.

Penelitian ini perlu dilakukan dalam mengkaji secara objektif dan terukur untuk memberikan bukti empiris mengenai keterkaitan antara kualitas pelayanan dan penilaian digital tamu. Penelitian ini diharapkan mampu menguji secara sistematis apakah kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap *Rating* dan *Review Online*, serta untuk mengetahui dimensi *SERVQUAL* mana yang secara parsial memiliki pengaruh paling dominan, sehingga dapat menjadi dasar evaluasi dan perbaikan layanan secara tepat sasaran. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan dapat memperkaya kajian akademik mengenai kualitas pelayanan dalam konteks perilaku konsumen digital di industri perhotelan.

Penelitian ini difokuskan pada judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Rating* dan *Review Online* di *Ascent Premiere Pasuruan Hotel & Convention*”. Penelitian tersebut masih menunjukkan adanya kekurangan kajian yang secara khusus

membahasa hubungan antara kualitas pelayanan dan *Rating* serta *Review Online* dalam konteks industri perhotelan. Belum banyak peneliti yang menggali isu ini di hotel kota berkembang seperti Pasuruan. Kondisi ini penting dikaji karena karakteristik pasar di Pasuruan menuntut konsistensi pelayanan yang konsisten, profesional, serta sesuai dengan standar internasional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di Hotel Ascent Premiere Pasuruan?
- 1.2.2 Apakah terdapat pengaruh Dimensi *Tangibles* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel Ascent Premiere Pasuruan?
- 1.2.3 Apakah terdapat pengaruh Dimensi *Reliability* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel Ascent Premiere Pasuruan?
- 1.2.4 Apakah terdapat pengaruh Dimensi *Responsiveness* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel Ascent Premiere Pasuruan?
- 1.2.5 Apakah terdapat pengaruh Dimensi *Assurance* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel Ascent Premiere Pasuruan?
- 1.2.6 Apakah terdapat pengaruh Dimensi *Empathy* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel Ascent Premiere Pasuruan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

- A. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap *Rating* dan *Review Online* di hotel *Ascent Premiere* Pasuruan.
- B. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Tangibles* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel *Ascent Premiere* Pasuruan.
- C. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Reliability* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel *Ascent Premiere* Pasuruan.
- D. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Responsiveness* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel *Ascent Premiere* Pasuruan.
- E. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Assurance* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel *Ascent Premiere* Pasuruan.
- F. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Empathy* terhadap *Rating* dan *Review Online* pada tamu di hotel *Ascent Premiere* Pasuruan.

1.3.2 Tujuan Khusus

Secara khusus tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap *Rating* dan *Review Online*, serta menguji pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Tangibles*, *reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* terhadap *Rating* dan *Review Online* tamu hotel *ascent premiere* pasuruan, sehingga dapat diketahui dimensi pelayanan yang paling berpengaruh terhadap penilaian digital tamu.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam bidang pendidikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- A. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa dan perhotelan, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan perilaku konsumen di era digital.
- B. Sebagai dasar dan referensi bagi penelitian-penelitian lanjutan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dalam meningkatkan *Rating* dan *Review Online* di sektor perhotelan, khususnya di hotel regional Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- A. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman secara langsung dalam memahami pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap peningkatan *Rating* dan *Review Online* di hotel *Ascent Premiere Premiere* Pasuruan.

- B. Bagi Universitas

Sebagai bahan pertimbangan dalam merancang penelitian serupa serta media pembelajaran yang relevan, yang dapat menjadi landasan penyusunan laporan akhir atau kurikulum manajemen pariwisata.