

## BAB 1

# PENDAHULUAN

---

### 1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia pada saat ini sedang berkembang pesat dikarenakan banyaknya individu yang melakukan perjalanan baik dengan tujuan bisnis maupun rekreasi. Industri pariwisata atau hospitality industry adalah suatu industri yang mengutamakan keramah tamahan. Industri pariwisata sempat mengalami penurunan pada saat covid-19 terutama saat diadakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilakukan secara nasional sehingga membuat banyak bisnis dilakukan dari rumah atau *work from home* (WFH) dan banyak Negara menutup diri dari penerbangan internasional. Akan tetapi, seiring pemulihan global, Industri hospitality juga kembali pulih dan bangkit.

Menurut Hari putri (2016) Pariwisata adalah salah satu yang mempengaruhi industry hospitality. komponen penting penyumbang perekonomian Negara salah satunya adalah pariwisata. Pariwisata adalah sektor ekonomi yang cepat baik dari hasilnya, lapangan kerja, dan penghasilannya serta devisanya jalan, seperti yang diungkapkan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Thomas Lembong. Berdasarkan data yang dapat dilihat pada laporan resmi World economic forum, pada tahun 2017 Indonesia menduduki peringkat 42, lalu pada tahun 2019 Indonesia naik menjadi peringkat 40, dan data terbaru pada tahun 2022 Indonesia melesat naik menjadi peringkat 32. Destinasi yang terdapat di Indonesia sangat menarik wisatawan berkunjung, Hal tersebut merupakan salah satu faktor naiknya peringkat pariwisata Indonesia.

Dalam UU No.9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Berdasarkan asalnya, wisatawan dibagi menjadi dua, yaitu wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara (Yoeti, 1991). Destinasi yang jarang terdapat pada Negara, adat

budaya,serta keragaman di Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan terlebih wisatawan manca Negara.Bersumber dari data statistic,pada januari 2023 kunjungan wisatawan mancanegara berjumlah 735.947 kunjungan.Dalam melakukan perjalanannya,tentu saja wisatawan membutuhkan adanya aktifitas pendukung seperti akomodasi,transportasi,dll.salah satu penunjang kegiatan wisatawan adalah hotel.

Hotel Menurut Teori hotel dari Bagyono (2012) adalah suatu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, tersedia bagi setiap orang yang membutuhkan atau menginginkan penginapan,makan dan minum serta pelayanan lainnya. Sedangkan (Agusnawar, 2004) mendeskripsikan hotel sebagai salah satu bentuk usaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa kepada para tamu hotel baik secara fisik,psikologi maupun keamanan selama tamu menggunakan fasilitas atau menikmati pelayanan di hotel.Berdasarkan penuturan tersebut,peneliti dapat menyimpulkan bahwa hotel adalah suatu usaha akomodasi yang dikelola secara komersial yang bergerak di bidang pelayanan jasa serta menyediakan makan dan minuman serta pelayanan lainnya.Hotel berdasarkan klasifikasi bintangnya dibagi menjadi hotel bintang 1(melati),bintang 2,bintang 3,bintang 4, dan bintang 5.Salah satu hotel bintang 5 yang terkenal serta terdapat di Kota Jakarta adalah Le Meridien Hotel.

Le Meridien Hotel Jakarta adalah salah satu hotel bintang 5 di Jakarta pusat yang memiliki tingkat occupancy tinggi.Lokasinya yang strategis, yakni dekat dengan plaza, perkantoran dan transportasi umum seperti Moda Raya Terpadu (MRT) menarik para tamu dan pebisnis untuk menghabiskan waktu seperti menginap atau bersantap di Restaurant yang terdapat di dalamnya.Beragam restaurant dari khas negara lain seperti Al Nafoura(Timur Tengah),La Brasserie ( Internasional), Handi by Brasserie (India) dan No Na Ma (Jepang) menjadi daya tarik tersendiri bagi para tamu yang berkunjung atau menginap di Le Meridien Hotel Jakarta.

No Na Ma merupakan restaurant khas Jepang yang sangat otentik baik dari rasa makanan yang dimasak langsung oleh chef yang berasal dari jepang yaitu Tadashi Inose serta interior dan nuansa ala jepang sangat terasa di dalam restaurant tersebut.No Na Ma restaurant sangat terkenal bahkan *followers* instagramnya mencapai 21.500 pengikut.pada waktu makan siang dimulai dari pukul 12.00-15.00, Dalam rentang waktu

tersebut No Na Ma Restaurant menyediakan 2 termin (slot) yang dapat mengcover hingga 84 orang per terminnya begitu pula pada waktu makan malam.

Berikut adalah Tabel rekapitulasi kunjungan konsumen yang diperoleh dari Table check pada No Na Ma Restauraan Le Meridien Hotel Jakarta dalam 3 bulan terakhir periode 2022-2023.

**Tabel 1.1 Jumlah Tamu No Na Ma Restaurant periode 2022-2023**  
**Jumlah tamu No Na Ma Restaurant periode 2022- 2023**

Bulan, Tahun	Jumlah	Rata-rata per hari
Desember 2022	5528 tamu	178 tamu
Januari 2023	4205 tamu	136 tamu
Februari 2023	3685 tamu	132 tamu
Total : 13.418 tamu selama 3 bulan		

Sumber : No Na Ma Restaurant

Berdasarkan tabel 1.1 peneliti dapat menyimpulkan Bahwa No Na Ma Restaurant adalah salah satu restaurant yang terkenal dengan jumlah konsumen mencapai ribuan perbulannya dengan karakteristik yang berbeda-beda.

Karakteristik konsumen adalah suatu ciri individu yang dapat menentukan sikap individu dan sebagai penentu nilai dan pengambilan keputusan. Karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen, dan karakteristik demografi konsumen Sumarwan (2004). Karakteristik konsumen di No Na Ma Restaurant sangat beragam baik wanita,pria bahkan anak-anak juga. Mayoritas pengunjungnya adalah wanita dan untuk rentang usia para pengunjung rata-rata adalah 20-50. Untuk slot siang hari kebanyakan diisi oleh para pekerja dari kantor-kantor sekitar Le Meridien seperti Allianz, mayapada, intiland dan lain sebagainya. Karakteristik konsumen No Na Ma sangat berpengaruh terhadap loyalitasnya dalam terus membeli di No Na Ma restaurant.

Dharmmesta (1999) menjelaskan bahwa Loyalitas adalah kecenderungan seseorang atau tamu yang menjadi konsumen untuk terus menggunakan suatu merek tertentu dengan konsisten. Menurut Clara Natalia Sagala & Althalets (2022) Sangat penting untuk memperhatikan loyalitas tamu sehingga hotel akan terus bertahan dan berjalan. Loyalitas tamu di No Na Ma Restaurant sangat tinggi hal ini terbukti melalui banyaknya repeater guest yang datang ke No Na Ma Restaurant hingga saat ini. Tingginya kunjungan tamu tersebut sayangnya belum diikuti dengan kualitas layanan seperti yang diharapkan oleh tamu untuk lebih jelasnya, dapat diamati dari ulasan atau komen tamu pada laman TripAdvisor No Na Ma Restaurant Le Meridien Jakarta.



**Gambar 1.1 Ulasan Tamu No Na Ma Restaurant**

Sumber : TripAdvisor,2023

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui masih terdapat ketidakpuasaan tamu dikarenakan kurangnya service dan beberapa makanan yang kurang dirasa oleh tamu. Pemasaran yang tepat juga dibutuhkan oleh No Na Ma Restaurant agar target pasar dapat sesuai dan menghasilkan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, sesuai pembahasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : “Karakteristik dan loyalitas konsumen di No Na Ma restaurant Le Meridien Jakarta “.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang datang ke No Na Ma Restaurant Le Meridien Hotel Jakarta?
2. Bagaimana loyalitas konsumen di No Na Ma Restaurant Le Meridien Hotel Jakarta?
3. Bagaimana hubungan karakteristik dan loyalitas konsumen di No Na Ma Restaurant Le Meridien hotel Jakarta?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diterima maka tujuan dalam penyusunan Proyek Akhir ini yaitu:

1. Untuk menganalisis karakteristik konsumen yang datang ke No Na Ma Restaurant Le Meridien Hotel Jakarta.
2. Untuk menganalisis loyalitas konsumen No Na Ma Restaurant Le Meridien Hotel Jakarta.
3. Untuk menganalisis hubungan karakteristik dan loyalitas konsumen di No Na Ma Restaurant Le Meridien Hotel Jakarta

## 1.4 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen di No Na Ma Restaurant
2. Penelitian ini hanya menganalisis karakteristik Demografis yang akan dihubungkan dengan loyalitas konsumen

## 1.5 Kegunaan Penelitian

### 1. Kegunaan Praktis

- A. Penelitian ini bermanfaat sebagai acuan dalam mengetahui karakteristik konsumen yang akan menjadi target pasar bagi restaurant terutama dalam industri hotel
- B. Penelitian ini bermanfaat bagi konsumen dalam memilih Restaurant yang sesuai sehingga menciptakan kepuasan dan menjadi loyal terhadap restaurant yang akan dipilih
- C. Dapat digunakan sebagai acuan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan terhadap hotel dan pariwisata

### 2. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana beragam Karakteristik konsumen dapat mempengaruhi loyalitas dan pemasaran bagi suatu tempat. Temuan penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan teori baru atau mengkonfirmasi teori yang sudah ada pada bidang ini dan sebagai masukan dalam mengembangkan pemasaran melalui karakteristik dan pengalaman konsumen.