

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan memiliki tantangan besar dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan tamu. Salah satu strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan ini adalah dengan memberikan layanan *complimentary* atau fasilitas gratis kepada tamu hotel. Fasilitas ini bisa berupa berbagai layanan tambahan, seperti sarapan gratis, akses internet tanpa biaya, upgrade kamar, atau layanan lain yang tidak dikenakan biaya tambahan. Pemberian fasilitas *complimentary* bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi tamu dan meningkatkan citra positif hotel. Dengan memberikan layanan lebih dari yang diharapkan, hotel dapat meningkatkan kepuasan tamu dan memperkuat hubungan dengan mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas tamu (Sulaiman, S., & Siti, R., 2017).

Pemberian fasilitas *complimentary* memiliki dampak langsung terhadap persepsi tamu terhadap kualitas layanan dan nilai yang mereka terima dari hotel. Tamunya cenderung merasa lebih dihargai ketika mereka mendapatkan fasilitas gratis yang tidak mereka bayarkan, yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa layanan tambahan seperti ini dapat meningkatkan persepsi nilai yang diterima oleh tamu, yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali menginap atau merekomendasikan hotel tersebut kepada orang lain (Khan, M. A., & Rahman, Z., 2015). Hal ini tentunya penting bagi hotel dalam upaya membangun citra positif dan menciptakan loyalitas tamu yang tinggi, yang dapat berkontribusi pada keberlanjutan dan reputasi hotel (Putra, A. S., & Junaidi, J., 2016).

Namun, pengaruh layanan *complimentary* terhadap tamu tidak selalu bersifat positif jika tidak dikelola dengan baik. Kualitas dari fasilitas yang diberikan dan ekspektasi tamu memainkan peranan penting dalam menentukan efektivitas dari strategi ini. Jika fasilitas gratis yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan atau tidak relevan dengan kebutuhan tamu, maka hal ini bisa menurunkan tingkat kepuasan dan berdampak buruk pada citra hotel (Lee, J., & Back, K. J., 2011). Oleh karena itu, manajemen hotel harus memastikan bahwa

fasilitas complimentary yang diberikan sesuai dengan standar kualitas dan relevansi yang diinginkan oleh tamu. Pengelolaan yang tepat terhadap layanan ini akan memberikan keuntungan jangka panjang berupa loyalitas tamu dan reputasi yang baik di pasar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai pengaruh pemberian layanan *complimentary* terhadap tingkat kepuasan tamu hotel. Penelitian ini juga ingin memperdalam jenis layanan *complimentary* pengaruh terhadap preferensi tamu hotel sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan pengalaman menginap yang lebih berkesan bagi para tamu hotel.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana layanan complimentary di bagian *food & beverages* dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas tamu di industri perhotelan yang sangat kompetitif. Dengan meningkatnya ekspektasi tamu dan persaingan yang ketat, hotel perlu menemukan cara yang efektif untuk membedakan diri mereka dari pesaing. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen hotel dalam merancang strategi layanan yang lebih baik, serta membantu dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan investasi dalam fasilitas complimentary. Selain itu, hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada literatur yang ada mengenai manajemen layanan di industri perhotelan, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola hotel untuk meningkatkan pengalaman tamu.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja bentuk layanan *complimentary f&b product* yang diberikan kepada tamu hotel?
2. Bagaimana tingkat kepuasan tamu terhadap *complimentary f&b product* yang diberikan?
3. Adakah pengaruh antara pemberian *complimentary f&b product* terhadap tingkat kepuasan tamu di hotel?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh pemberian layanan *complimentary* terhadap kepuasan tamu hotel.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh layanan *complimentary* dalam membangun loyalitas tamu hotel.
3. Untuk mengidentifikasi jenis layanan *complimentary* yang paling efektif dan dalam mempengaruhi preferensi tamu hotel.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Teoritis :

Penelitian ini dapat memperkaya literatur terkait pengaruh layanan *complimentary* dalam sektor perhotelan dan memberikan dasar untuk penelitian lanjutan mengenai pengalaman tamu di hotel.

2. Praktis :

1. Pengelola Hotel : Dapat memberikan wawasan untuk meningkatkan strategi layanan dan fasilitas yang ditawarkan pada tamu untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu hotel.
2. Tamu Hotel : Memberikan gambaran mengenai fasilitas *complimentary* yang paling dihargai oleh tamu dan bagaimana fasilitas tersebut dapat mempengaruhi pengalaman mereka selama menginap.