

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri terbesar dan tercepat salah satunya di dunia adalah pada sektor pariwisata karena pada sektor pariwisata memberikan dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi, politik, sosial dan budaya. Oleh karena itu, jika ada lebih banyak tempat wisata di daerah tersebut pasti akan berkembang karena banyaknya pengunjung, maka di perlukan layanan akomodasi seperti *homestay* atau hotel untuk tempat istirahat, menginap, pertemuan dan kegiatan lainnya.

Hotel saat ini sudah tersebar di berbagai kota besar di Indonesia, salah satunya adalah kota Bandung yang merupakan destinasi wisata kembali. Kota ini menawarkan berbagai wisata, mulai dari alam pegunungan yang indah hingga pusat perbelanjaan dan kuliner yang beragam. Kehadiran banyak hotel di Bandung memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk menemukan akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan. Bobobox merupakan salah satu penyedia jasa akomodasi di kota Bandung, Bobobox sendiri merupakan hotel kapsul pertama di Indonesia yang mewakili sebuah inovasi dalam *industry* perhotelan, berbeda dengan hotel konvensional biasanya menempati Gedung bertingkat dengan kamar-kamar berukuran besar. Bobobox sendiri memperkenalkan hotel *capsul* yang telah menjadi *trend* di generasi muda sejak tahun 2018.

Seiring berjalanya waktu dan perkembangan zaman, Bobobox menetapkan nama Bobopod menjadi sebuah *brand* untuk hotel kapsul yang mereka miliki. Dalam persaingan yang cukup ketat, maka hal yang harus di prioritaskan tentunya mengenai kualitas pelayanan dan harga sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan namun pelanggan menyatakan ketidaksetujuannya memberikan kesan loyal kepada

pelanggan, pelanggan percaya dan loyal terhadap produk yang dijualnya dan merekomendasikan kepada calon pelanggan lainnya karena pelanggan menilai buruk aspek pelayanan mulai dari keramahan resepsionis, fasilitas yang tidak memadai seperti kamar mandi yang terbatas dan unit kamar yang tidak kedap suara menjadi titik kritis yang mengindikasikan dalam kualitas infrastruktur hotel, serta harga penginapan kapsul ini tidak terjangkau dan tidak sesuai dengan ekspektasi mereka, hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan konsumen dengan positioning harga yang dilakukan oleh Hotel Kapsul Bobopod. Ketidakselarasan persepsi harga ini menjadi sinyal penting bagi manajemen untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap struktur tarif yang berlaku. Bobopod Bandung tentu sudah memiliki pelanggan sendiri *sehingga* perlu usaha untuk mempertahankan loyalitas pelanggan tersebut. Agar dapat diketahui sejauh mana kepuasan pelanggan tentunya harus di ketahui apa kualitas pelanggan sudah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak, jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang disediakan oleh Bobopod Bandung tentu akan mempengaruhi Tingkat loyalitas pelanggan.

Loyalitas konsumen menurut Gremler dan Brown dalam Putri et al., (2021:3) yaitu, loyalitas konsumen adalah konsumen yang tidak hanya melakukan satu kali transaksi, tetapi berkomitmen positif terhadap perusahaan produk atau jasa. Keuntungan dari memiliki konsumen yang loyal yaitu peningkatan penjualan dan stabilitas laba, karena konsumen kemungkinan besar akan melakukan pembelian lagi. Konsumen yang setia juga cenderung berbagi pengalaman mereka dengan produk perusahaan dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain seperti teman dan keluarga. Pelanggan dengan loyalitas tinggi akan selalu mengikuti pembaruan mengenai layanan dan fasilitas

terbaru yang ada di hotel tersebut. Selain itu memberikan informasi tentang keunggulan hotel kepada kerabat dan teman-temannya, maka pelanggan yang loyal merupakan hal yang perlu diprioritaskan dan dipertahankan oleh hotel. Kesetiaan pelanggan merupakan kunci keberhasilan tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga dalam mempertahankan keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Pelanggan dianggap setia jika mereka secara rutin melakukan pembelian atau dalam situasi tertentu melakukan pembelian minimal dua kali dalam periode tertentu, serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, yang membantu perusahaan memperluas pangsa pasar.

Berdasarkan data pengunjung yang ada dari hotel bobopod kota Bandung dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini

Tabel 1. 1

Data Pengunjung Bobopod Paskal Tahun 2023

Bulan	Pengunjung	+/-
Januari	520	
Februari	460	-60
Maret	460	0
April	420	-40
Mei	405	-15
Juni	410	5
Juli	400	-10
Agustus	390	-10
September	389	-1
Oktober	370	-19
November	350	-20
Desember	480	130
	5.054	

Sumber: Bobopod Pasir Kaliki Bandung

Tabel 1. 2**Data Pengunjung Bobopod Alun-alun Tahun 2023**

Bulan	Pengujung	+/-
Januari	560	
Februari	500	-60
Maret	490	-10
April	470	-20
Mei	470	0
Juni	470	0
Juli	460	-10
Agustus	440	-20
September	415	-25
Oktober	350	-65
November	340	-10
Desember	420	80
Total	5.385	

Sumber: Bobopod Alun-Alun Bandung

Tabel 1. 3**Data Pengunjung Bobopod Dago Tahun 2023**

Bulan	Pengujung	+/-
Januari	410	
Februari	370	-40
Maret	350	-20
April	330	-20
Mei	325	-5
Juni	400	75
Juli	310	-90
Agustus	290	-20
September	290	0
Oktober	270	-20
November	250	-20
Desember	330	80
Total	3.925	

Sumber: Bobopod Dago Bandung

Tabel 1. 4

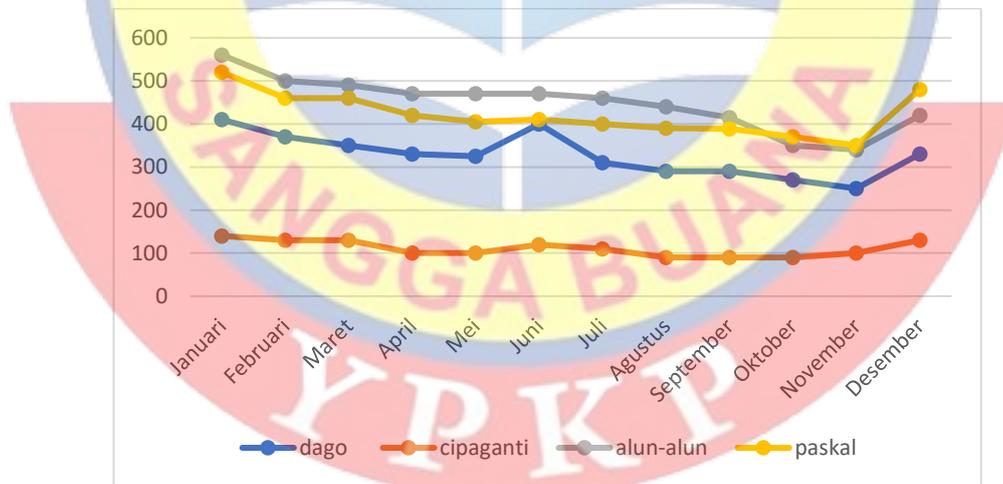
Data Pengunjung Bobopod Cipaganti Tahun 2023

Bulan	Pengunjung	+/-
Januari	140	
Februari	130	-10
Maret	130	0
April	100	-30
Mei	100	0
Juni	120	20
Juli	110	-10
Agustus	90	-20
September	90	0
Oktober	90	0
November	100	10
Desember	130	30
Total	1.330	

Sumber: Bobopod Cipaganti Bandung

Gambar 1

Rekapitulasi Pengunjung Bobopod Kota Bandung Periode Januari s.d Desember 2023



Berdasarkan tabel 1.1, 1.2, 1.3 dan 1.4 dapat disimpulkan bahwa pengunjung Bobopod kota Bandung baik di Paskal, Alun-Alun, Dago dan Cipaganti menunjukan pola fluktuasi dengan penurunan dari bulan Januari hingga Desember 2023. Hal ini menunjukkan ketidakkonsistenan dalam jumlah pengunjung, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu tingkat persaingan bisnis hotel capsul

semakin ketat, karena hotel kapsul semakin populer di Kota Bandung. Hal ini menimbulkan persaingan yang kompetitif diantara hotel kapsul lainnya serta loyalitas pengunjung masih rendah, yang kemudian berdampak pada fluktuasi jumlah kunjungan. Hanya pada bulan Januari, Juni dan Desember menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung karena banyaknya wisatawan berdatangnya daerah alun-alun yang disebabkan pada bulan tersebut bertepatan dengan liburan sekolah yang dimana wisatawan berdatangnya khususnya cabang alun-alun yang menjadi pusat kota Bandung, sedangkan penurunan terbesar berada pada bulan maret di branch Paskal, Alun-alun, Dago dan Cipaganti pengguna dari bulan sebelumnya dikarenakan momentum liburan sekolah sudah berakhir atau orang-orang kembali kepada rutinitasnya. Oleh sebab itu, untuk mengetahui faktor dominan apa saja yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Bobopod Kota Bandung. Berdasarkan hasil Pra-survey yang dilakukan oleh peneliti dengan menyebar kuesioner masing-masing 15 orang yang pernah menginap di Bobopod Paskal, Alun-Alun, Dago dan Cipaganti yang dianggap dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, berikut hasil Pra Survey peneliti dapat dilihat pada tabel 1.5 dibawah ini

Tabel 1. 5

Kuesioner Pra Survey Loyalitas Pelanggan

No	Variabel Loyalitas Pelanggan	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Hotel Kapsul Bobopod memberikan kesan loyal kepada pelanggan	6	40%	9	60%	100%
2	Hotel Kapsul Bobopod membuat setiap Pelanggan percaya dan loyal terhadap produk yang dijualnya	4	27%	11	73%	100%
3	Setiap pelanggan Hotel Kapsul Bobopod bersedia untuk merekomendasikan kepada calon pelanggan lainnya	6	40%	9	60%	100%

Lanjutan tabel 1.5

Rata-rata	36%	64%	100%
Pernyataan	15 Responden		

Sumber: Hasil Pra-Survei Pengunjung Hotel Capsul Bobopod Bandung

Hasil pra-survei pada tabel 1.5 menunjukkan bahwa sebanyak 9 dari 15 pengunjung yang mengisi survei menyatakan ketidaksetujuannya terhadap pernyataan “Hotel Capsul Bobopod memberikan kesan loyal kepada pelanggan” dan “Setiap pelanggan Hotel Capsul Bobopod bersedia untuk merekomendasikan kepada calon pelanggan lainnya”. Sebanyak 11 dari 15 pengunjung menyatakan ketidaksetujuannya terhadap pernyataan “Hotel Capsul Bobopod membuat setiap pelanggan percaya dan loyal terhadap produk yang dijualnya” berdasarkan data tersebut, bahwa loyalitas pelanggan Hotel Capsul Bobopod Bandung menyatakan ketidaksetujuannya memberikan kesan loyal kepada pelanggan, pelanggan percaya dan loyal terhadap produk yang dijualnya dan merekomendasikan kepada calon pelanggan lainnya.

Menurut Kotler dan Keller dalam Jefiena Sefia Talumepa (2023:3) kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang perlu di perhatikan, oleh Perusahaan yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh Perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk memenuhi harapan konsumen. Seperti Pelayanan ini mencakup segala bentuk layanan yang diberikan

oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen berada di hotel, termasuk layanan dari *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning service*.

Selain kualitas pelayanan yang baik, Perusahaan harus memberikan harga dan layanan yang baik untuk membangun loyalitas pelanggan Menurut Tjiptono dalam Sugiarsih Duki Saputri, (2019:47) kualitas pelayanan adalah tolak ukur seberapa bagus Tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan karena Kualitas Pelayanan yang baik dan terpercaya akan tertanam dibenak pelanggan. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya bertujuan untuk menghasilkan nilai yang dirasakan oleh konsumen dalam hal loyalitas. Kepuasan adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyelaraskan hasil perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Selain itu, faktor yang mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan

Keterkaitan terhadap kualitas dan pelayanan memang tidak di ragukan dari survey beberapa responden, namun dalam kasus yang di teliti ada beberapa oknum contohnya resepsionis tempat tertentu tidak mengikuti SOP sehingga loyalitas pengunjung tidak maksimal, dalam masalah yang dibahas harga dan fasilitas yang menurut beberapa responden menjadi tolak ukur Seperti terbatasnya jumlah kamar mandi dan unit pods yang kurang kedap suara, sehingga mengganggu kenyamanan pelanggan lain. Mengapa demikian karena dalam data yang peneliti dapat beberapa responden backpacker yang menginginkan harga murah dan sudah all in. beberapa hal juga sangat di sayangkan karena pengunjung yang dari luar kota tidak bisa *booking on the spot* manual kepada *reseptionist* tetapi harus *booking* melalui *website* saja pemesanan

online ini hanya bersedia untuk pengguna *smartphone* saja, sehingga pelanggan terbatas pada kelompok tertentu. Berikut hasil Pra Survey peneliti dapat dilihat pada tabel 1.6 berikut ini

Tabel 1. 6
Hasil Kuesioner Pra-Survey Kualitas Pelayanan

No	Variabel Kualitas Pelayanan	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Receptionist Hotel Capsul Bobopod menyambut pelanggan dengan ramah	5	33%	10	67%	100%
2	Fasilitas yang dimiliki hotel, seperti jumlah kamar mandi yang terbatas, unit kamar tidak kedap suara	4	27%	11	73%	100%
3	Hotel Capsul Bobopod bisa <i>check-in</i> manual tanpa <i>booking</i> melalui <i>website</i>	4	27%	11	35%	100%
Rata-rata		29%		71%		100%
Pernyataan		15 Responden				

Sumber: Hasil Pra-Survei Pengunjung Hotel Capsul Bobopod Bandung

Berdasarkan hasil pra-survei pada tabel 1.6 menunjukkan bahwa sebanyak 11 dari 15 responden yang mengisi kuesioner menyatakan ketidaksetujuannya terhadap pernyataan “Fasilitas yang dimiliki hotel, seperti jumlah kamar mandi yang terbatas, unit kamar tidak kedap suara.” Dan ” Hotel Capsul Bobopod bisa *check-in* manual tanpa *booking* melalui *website*”. Sebanyak 10 dari 15 responden menyatakan ketidaksetujuannya terhadap pernyataan “Receptionist Hotel Capsul Bobopod menyambut pelanggan dengan ramah”. Berdasarkan data tersebut bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan Hotel Capsul Bobopod cenderung menunjukkan ketidaksetujuannya terhadap kualitas pelayanan yang baik. Seperti

penelitian yang dilakukan oleh Hernawan, (2021:21) menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, harga juga mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa hotel. Menurut Krisdyanto Car et al., (2023:114) harga adalah sejumlah uang yang di bayarkan atas jasa, jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga menjadi aspek penting bagi pelanggan, karena bagi pelanggan yang tidak terlalu memahami harga, harga menjadi satu-satunya faktor yang dijadikan indikator dalam mengukur kualitas jasa yang diberikan. Harga berfungsi sebagai indikator bagi konsumen dalam memilih jasa yang akan digunakan. Oleh karena itu, harga yang ditawarkan kepada pelanggan harus sebanding dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Sugiarsih Duki Saputri, (2019:49) variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi tingkatan harga, diskon, potongan harga dan periode pembayaran karena harga suatu produk merupakan faktor penentu utama permintaan pasar, memiliki posisi kompetitif, dan merupakan bagian penting dari perusahaan. Oleh karena itu, harga memainkan peran krusial dalam menentukan pendapatan perusahaan. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tidak sesuai dengan produk yang diberikan, hal ini dapat menurunkan tingkat pendapatan perusahaan. Sebaliknya, jika harga yang ditetapkan sesuai dengan produk yang ditawarkan, hal ini akan meningkatkan jumlah pendapatan yang masuk ke Perusahaan. Berikut hasil Pra Survey peneliti dapat dilihat pada tabel 1.7 berikut ini

Tabel 1. 7
Hasil Kuesioner Pra-Survey Kualitas Harga

No	Variabel Kualitas Harga	Jawaban Responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1	Harga Hotel Capsul Bobopod permalam terjangkau	5	33%	10	67%	100%
2	Harga Hotel Capsul Bobopod sesuai dengan yang diinginkan	5	33%	10	67%	100%
3	Harga Hotel Capsul Bobopod lebih murah dari hotel pods lain (pesaing)	3	20%	12	80%	100%
Rata-rata		29%		71%		100%
Pernyataan		15 Responden				

Sumber: Hasil Pra-Survei Pengunjung Hotel Capsul Bobopod Bandung

Berdasarkan hasil pra-survei pada tabel 1.7 menunjukkan bahwa sebanyak 10 dari 15 pengunjung mengisi survei menyatakan ketidaksetujuannya terhadap pernyataan “Harga hotel Capsul Bobopod permalam terjangkau” dan “Harga Hotel Capsul Bobopod sesuai dengan yang diinginkan”. Sebanyak 12 dari 15 pengunjung menyatakan ketidaksetujuannya terhadap pernyataan “Harga Hotel Capsul Bobopod lebih murah dari hotel pods lain (pesaing)” berdasarkan data tersebut, bahwa persepsi pengujung terhadap harga Hotel Capsul Bobopod Bandung cenderung menunjukkan ketidaksetujuannya terhadap penetapan harga yang sangat terjangkau, harga yang sesuai dengan yang diinginkan, dan harga yang ditetapkan lebih murah dari pesaingnya. Sensitivitas Harga pada Segmen Pasar Hotel Kapsul Pelanggan hotel kapsul umumnya sangat memperhatikan harga. Pengujung mencari keseimbangan antara kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau. Penetapan

harga yang tidak tepat dapat langsung berdampak pada minat dan loyalitas pelanggan.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rosalia & Lestariningsih, (2021:2) Harga berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung merujuk pada proses di mana faktor-faktor tertentu memengaruhi Keputusan seseorang dalam memilih tempat untuk menginap. Hal ini mencakup berbagai pertimbangan yang mempengaruhi tindakan terhadap seseorang yang dipengaruhi oleh preferensi pribadi, pengalaman sebelumnya dan beberapa responden, informasi yang diterima dari berbagai sumber, serta faktor eksternal seperti fasilitas.

Penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa yang di butuhkan pengunjung bukan hanya kenyamanan saja melainkan fasilitas yang di dapatkan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan untuk pemesanan kamar.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan penelitian sebelumnya, penulis meneliti adanya penurunan penjualan sehingga kualitas dan harga cukup berpengaruh bagi konsumen, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul

”PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL CAPSUL BOBOPD DI KOTA BANDUNG”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan Keputusan menginap di Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung baik di Paskal, Alun-alun, Dago dan Cipaganti.
2. Terjadi penurunan yang diakibatkan oleh kualitas pelayanan seperti Pengujung merasa petugas Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung tidak memiliki daya tanggap dan tidak cepat dalam memberikan pelayanan.
3. Pengujung menilai petugas Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung tidak ramah dalam memberikan pelayanan
4. Harga yang tidak mau bersaing
5. Loyalitas pengujung di Hotel Capsul Bobobox Kota Bandung relative masih rendah karena kualitas pelayanan kurang baik.
6. Pengujung tidak merekomendasikan Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung.
7. Pengujung tidak menjadikan Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung sebagai pilihan pertama yang harus di kunjungi.
8. Adanya keluhan pengujung mengenai kualitas pelayanan di Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung

1.3 Pembatasan Masalah

1. Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan, harga, loyalitas
2. Variabel (*independent*) pada penelitian ini adalah Kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas dan variabel (*dependent*) pada penelitian yaitu ini loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat
3. Unit analisis pelanggan bobopod kota Bandung
4. Waktu penelitian ini terhitung dari bulan April sampai 14embali14a 2024

1.4 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas di Hotel Capsul Bobopod Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas di Hotel Capsul Bobopod Bandung
3. Seberapa besar Pengaruh harga terhadap loyalitas di Hotel Capsul Bobopod Bandung
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas di Hotel Capsul Bobopod Bandung

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh, mempelajari, dan menganalisis data serta informasi guna menarik kesimpulan dan menemukan bukti nyata mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Capsule Bobopod, Kota Bandung. Penelitian ini juga dilakukan sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung."

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui, menggambarkan dan menganalisis Kondisi kualitas pelayanan, harga dan loyalitas di Hotel Capsul Bobopod Bandung
2. Mengukur Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas di Hotel Capsul Bobopod Bandung
3. Mengukur pengaruh harga terhadap loyalitas di Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung
4. Mengukur Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas di Hotel Capsul Bobopod Bandung

1.6 Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak tentang suatu fenomena permasalahan yang diteliti, pengembangan pengetahuan, memecahkan suatu masalah-masalah tertentu.

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori manajemen pemasaran terkait kualitas pelayanan, harga dan loyalitas. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperluas pemahaman mengenai interaksi serta pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap pelanggan. Khususnya dalam manajemen pemasaran di industry pelayanan hotel.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penulis untuk melaksanakan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan topik serupa di waktu mendatang

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

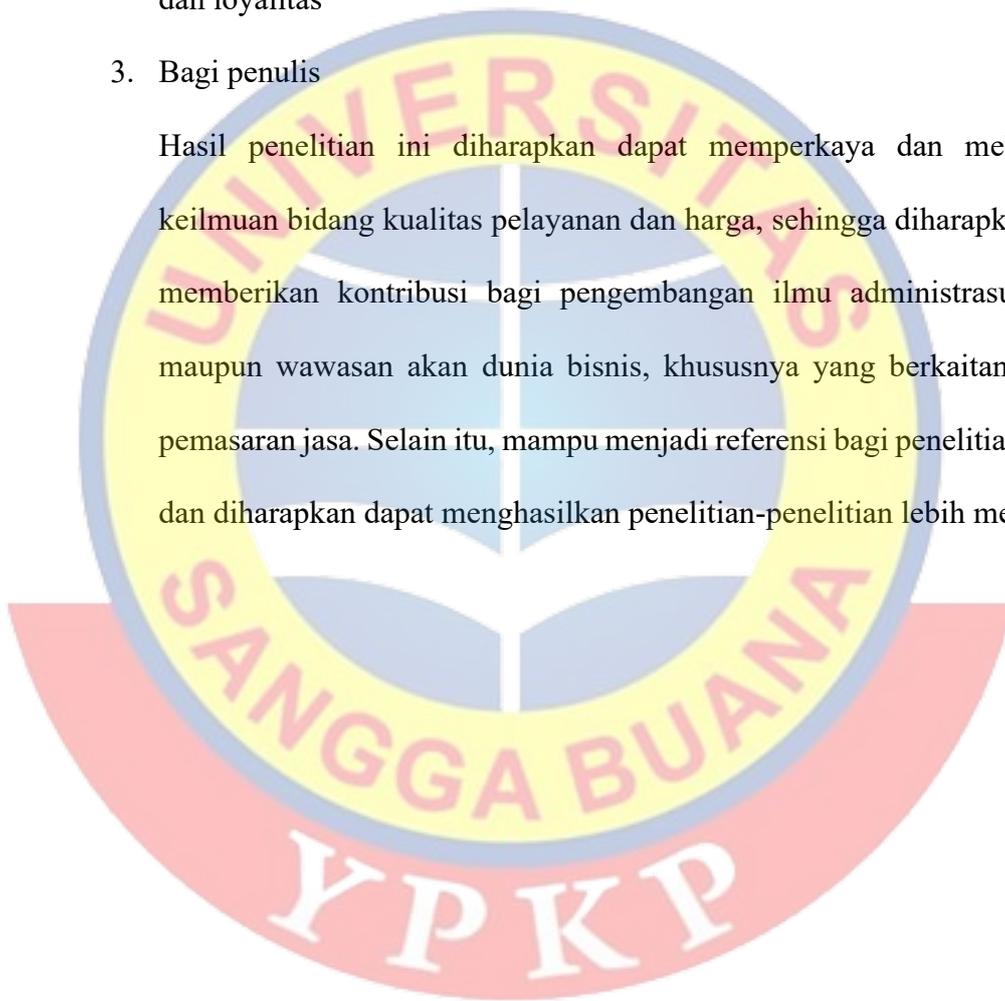
Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung dalam memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Selain itu, hasil ini dapat menjadi acuan bagi Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi Hotel Capsul Bobopod Kota Bandung dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperluas wawasan dan menjadi referensi bagi penelitian berikutnya di bidang pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, harga dan loyalitas

3. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi keilmuan bidang kualitas pelayanan dan harga, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu administrasi bisnis, maupun wawasan akan dunia bisnis, khususnya yang berkaitan dengan pemasaran jasa. Selain itu, mampu menjadi referensi bagi penelitian sejenis dan diharapkan dapat menghasilkan penelitian-penelitian lebih mendalam.



1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan Penelitian ini dilakukan di PT. Bobobox Mitra Indonesia Hotel Capsul Bobopod Cabang Bandung, yang berpusat di Jl. Dr. Djunjunan No.3, Pamoyanan, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40173

Tabel 1. 8
Waktu Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Jadwal Kegiatan Penelitian									
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari
1	Pengajuan Judul										
2	Penyusunan BAB I										
3	Penyusunan BAB II										
4	Penyusunan BAB III										
5	Sidang UP										
6	Penyebaran Kuesioner										
7	Penyusunan BAB IV										
8	Penyusunan BAB V										
9	Sidang Akhir										

Sumber: Data diolah Penulis