

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan RedDoorz

RedDoorz merupakan jaringan penginapan *budget online* dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara. Lebih dari 500 properti yang tersebar di Indonesia, Filipina, Vietnam, dan Singapura. Berfokus pada perkembangan penginapan dan distribusi penjualan secara *online*, RedDoorz akan memilih properti yang berpotensi untuk bekerja sama secara langsung dan terikat komitmen dengan *brand* RedDoorz. Setelah meningkatkan kualitas penginapan secara permanen untuk memenuhi standar utama – seperti kelengkapan fasilitas, tanggung jawab RedDoorz tidak berhenti sampai disitu saja. RedDoorz juga bertanggung jawab untuk membantu penjualan kamar secara *online* dan *offline* – termasuk penjualan skala besar seperti *corporate sales program*.(RedDroorz, 2017)

Dengan memilih RedDoorz sebagai partner, usaha penginapan akan dijamin mendapatkan keuntungan dan terlindung dari dinamika sales yang tidak pasti. Terdiri dari tim ex-hotelier yang sudah berpengalaman di bidangnya, RedDoorz membantu memaksimalkan pendapatan secara digital seperti monitoring harga secara real time, digital marketing, distribusi online, branding dan customer service 24 jam. Tentunya hal ini membantu partner untuk menjalani fungsi operasional secara efisien dan sudah terbukti – dengan pelayanan optimal terhadap 500 penginapan dalam waktu bersamaan. Dengan demikian, partner kami dapat fokus sepenuhnya pada pengelolaan dan pelayanan tamu secara optimal.

RedDoorz berkomitmen untuk memberikan pengalaman menginap yang berkualitas kepada seluruh pelanggan. Visi RedDoorz yaitu bisa menjadi salah satu jaringan hotel terbesar di dunia.



Gambar 1.1 logo Reddoorz (RedDoorz, 2017)

1.1.2 Produk dan Layanan RedDoorz

Reddoorz merupakan aplikasi reservasi penginapan budget online. RedDoorz juga mengontrol ketersediaan dan kelengkapan fasilitas yang dimiliki penginapan setiap harinya. RedDoorz memiliki komitmen utama untuk membantu penginapan yang memiliki kesulitan untuk menjual kamar secara *online*. Dengan demikian, penginapan tersebut dapat memasarkan kamar yang mereka miliki secara efisien dan lebih mudah dibandingkan sebelum bergabung dengan RedDoorz.

1.1.3 Profil Perusahaan Airyrooms

Airyrooms adalah perusahaan teknologi yang mengelola kamar-kamar berkualitas dengan harga terjangkau, atau secara teknis, AiryRooms merupakan jaringan akomodasi budget virtual yang bermitra dengan berbagai hotel budget terbaik di seluruh Indonesia (Airyrooms, 2016)

Secara garis besar, Airyrooms lahir dari permasalahan yang cukup kompleks pada industri pariwisata Indonesia, khususnya di industri hotel budget. Dari segi konsumen, sebagian besar merasa hotel budget yang ada saat ini sangat minim dalam menyajikan fasilitas, padahal tarif kamar yang dipatok juga tidak terlalu murah, jadi seakan tidak seimbang dengan fasilitas yang didapat. (Airyrooms. 2016)

Di sisi lain, dari segi bisnis hotel budget saat ini tingkat okupansi (tingkat sewa atau hunian) tidak berimbang dengan jumlah kamar yang ada. Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2015 Indonesia memiliki jumlah kamar sebanyak 289.727 kamar dari 16.156 hotel non-bintang, dan semuanya memiliki masalah yang sama: tingkat okupansi yang rendah.

Di sinilah Airyrooms berperan. Sebagai jaringan akomodasi budget virtual, Airyrooms punya solusi terbaik bagi dua hal tadi. Pertama dari segi konsumen, Airyrooms menawarkan pengalaman menginap layaknya di hotel berbintang dengan segudang fasilitas terbaik yang disediakan, meski dengan tarif yang bahkan jauh lebih murah dibandingkan hotel-hotel budget pada umumnya. Lalu dari segi pebisnis hotel, Airyrooms jelas berupaya meningkatkan tingkat okupansi mitra hotel dengan upaya-upaya terpadu berupa; pendekatan teknologi, manajemen pemasaran yang baik, serta yang terpenting yakni membuka jalur penjualan yang signifikan dengan mitra-mitra penjualan yang dimiliki oleh Airyrooms.



Gambar 1.2 logo Airyrooms

.(Airyrooms,2016)

1.1.4 Produk dan Layanan Airyrooms

Airyrooms adalah situs yang menyediakan produk seperti Akomodasi penginapan murah dan reservasi tiket pesawat online dengan berbagai promosi didalamnya. Untuk mencari hotel di tempat kota tertentu, Anda cukup ketik nama tempat / kota di kotak pencarian. Hasil pencarian akan menampilkan kamar-kamar AiryRooms yang tersedia di area

tersebut. Anda juga dapat memfilter hasil pencarian berdasarkan harga kamar. Jadi tujuan dari adanya situs airryrooms adalah untuk mempermudah segala bentuk proses akomodasi konsumen.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, Industri pariwisata semakin menjadi idola di Indonesia. Hal ini terlihat dari performanya yang semakin meningkat setiap tahun. Grafiknya sangat kontras bila dibandingkan komoditas lain, seperti minyak, gas, batu bara, dan kelapa sawit yang terus merosot. Pada 2016, devisa pariwisata mencapai 13,5 miliar dollar AS per tahun. Padahal, pada 2015 pariwisata masih ada di peringkat keempat sebagai sektor penyumbang devisa terbesar. Pada 2017, sumbangan devisa dari sektor pariwisata melesat menjadi sekitar 16,8 miliar dollar AS. Angka ini diprediksi akan meningkat 20 persen menjadi sekitar 20 miliar dollar AS pada 2018. (liputan6. 2018)

Meningkatnya performa industri pariwisata di Indoneisa juga disebabkan oleh kontribusi industri perhotelan yang berkembang pesat. Keberadaan hotel menjadi sangat dimungkinkan menjadi salah satu sarana penunjang penting bahkan bisa disebut sebagai sarana pokok kepariwisataan), sehingga para wisatawan yang datang/berkunjung di suatu tempat akan terpenuhi akomodasinya. Semakin pesatnya perkembangan pariwisata berarti pula akan menggairahkan aktivitas di bidang perhotelan.(kompasiana.com. 2015) Sebagai informasi, saat ini jumlah hotel berbintang ini sudah ada sekitar 2.300 hotel dan 290 kamar. Sementara untuk non-berbintang, saat ini jumlahnya mencapai sekitar 285.000 kamar dari sekitar 16.000 hotel non-berbintang di seluruh Indonesia. (okezone. 2018)Melihat prospek ini, sejumlah pemain di industri perhotelan pun tengah berlomba dengan meluncurkan konsep hotel budget yang lebih terjangkau atau sering kita dengar dengan sebutan *budget* hotel.

Budget hotel adalah salah satu jenis hotel yang mulai berkembang di tengah maraknya pembangunan hotel yang terjadi saat ini. *Budget* hotel merupakan hotel yang memberikan layanan standar sesuai dengan yang diperlukan oleh tamu sehingga tamu tidak perlu membayar lebih untuk hal yang tidak mereka perlukan saat berada di hotel. Hotel ini secara umum lebih dikenal dengan istilah “*bed & breakfast*” hotel, karena fasilitasnya memang hanya itu. Kamar yang menyediakan tempat tidur dengan kamar

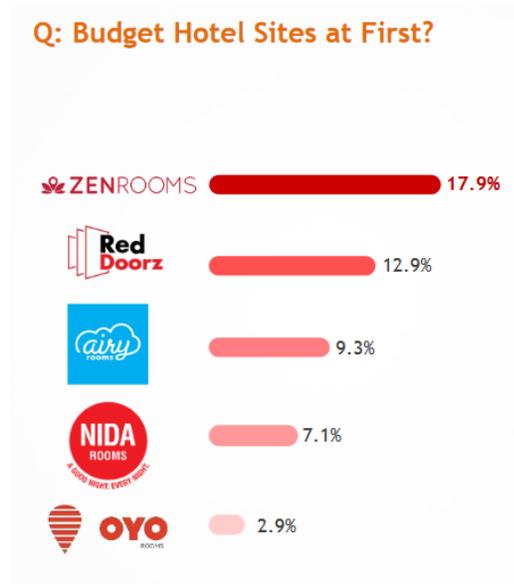
mandi dan menyediakan sarapan sederhana bagi tamunya. Ukuran kamar untuk hotel *budget* juga cenderung lebih kecil dibandingkan dengan hotel konvensional lainnya, yaitu rata-rata dimulai dari 12 m² hingga ukuran untuk 2 orang dewasa dengan 1 anak kecil. Hotel *budget* dapat dikatakan sebagai hotel yang minim fasilitas. , bukan berarti fasilitas tersebut tidak ada. Anda bisa meminta *request* atau memilih paket fasilitas yang bisa disediakan oleh hotel. (arsitag.com)

Budget hotel tergolong tren baru dalam industri *travel*, menawarkan layanan penginapan sesuai kebutuhan konsumen. Pengguna dapat memilih jenis layanan yang dibutuhkan saat menginap jika layanan hotel umum secara otomatis menyajikan *full-services*—sehingga cenderung memberikan lebih banyak penghematan di sisi konsumen. (dailysocial.id, 2017). Mengikuti tren digital, *budget hotel* juga ditawarkan oleh OTA (Online Travel Agency), bahkan sudah ada beberapa pemain spesifik yang hadir di Indonesia, sebut saja Airy Rooms, NIDA Rooms, RedDoorz, hingga ZEN Rooms. (dailysocial.id, 2017). OTA (Online Travel Agency) merupakan Travel agen menyediakan berbagai pelayanan kepada para konsumen termasuk pembelian tiket pesawat, reservasi hotel atau *resort*, membuat jadwal rencana perjalanan wisata juga memberikan informasi akurat terkait produk jasa yang akan di beli oleh konsumen. (blog.citos.id, 2017)

Untuk mengetahui popularitas dan pandangan konsumen di Indonesia terhadap *budget hotel*, *DailySocial* bekerja sama dengan JakPat (aplikasi survey online) melakukan survei kepada pengguna *smartphone* di Indonesia untuk mengetahui ketertarikannya terhadap layanan tersebut. Sekurangnya ada 1005 responden yang mengikuti survei tersebut. Tesis diawali dengan mengetahui kecenderungan pengguna ketika hendak menyewa sebuah tempat penginapan, sebanyak 65.77% telah memanfaatkan aplikasi atau layanan web agregasi, 41% mendatangi langsung hotel untuk menyewa, 18,81% melalui telepon, dan 17,31% melalui agen travel (*offline*). (dailysocial.id, 2017). Porsinya sudah jelas, ada separuh lebih dari responden yang telah memanfaatkan layanan digital untuk memesan tempat penginapan.

Dari berbagai Online Travel Agency (OTA) yang disebut diatas, penulis memilih Reddoorz dan Airyrooms untuk dijadikan objek penelitian karena kedua objek tersebut memiliki tingkat kompetisi yang ketat. Pada juli tahun 2016 Nusaresearch melakukan

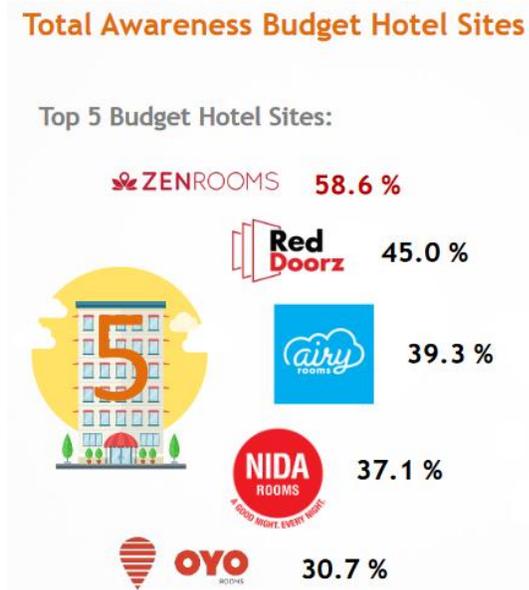
survey pada 140 responden Berdasarkan hasil dari survey *brain awareness* yang dilakukan Nusasearch ternyata dalam survey tersebut ditemukan Reeddoorz dan Airyrooms bersaing di peringkat dua dan tiga menempel ketat Zenroom di peringkat satu. Berikut hasil survey yang dilakukan Nusaresearch di tahun 2016 :



Gambar 1.3 Perbandingan hasil *survey Top of Mind*

(nusaresearch.com, 2016)

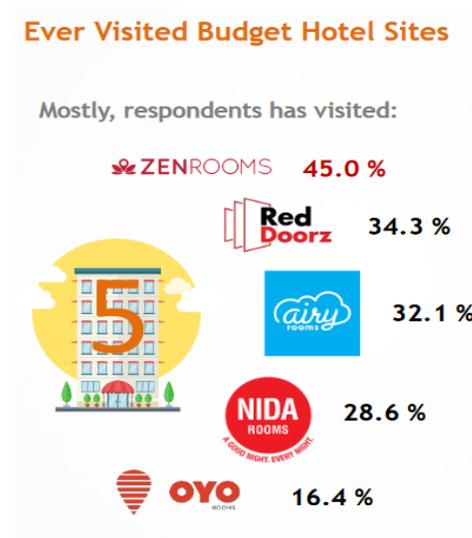
Merek yang dapat disebut secara spontan oleh responden dapat membantu tingkat daya saing Zenrooms memimpin hal tersebut dengan 17,9% disusul oleh Reddoorz dengan 12,9% dan Airyrooms dengan 9,3%.



Gambar 1.4 Perbandingan hasil *survey Brand Awareness*

(nusaresearch.com, 2016)

Dalam survey tersebut Zenrooms memimpin sebagai situs paling populer di Indonesia disusul Reddoorz dan Airyrooms. Meski begitu, persentasi dari kelima situs tersebut sangat ketat menandakan kelima situs hotel budget tersebut bisa menjadi alternatif untuk menginap.



Gambar 1.5 perbandingan hasil *survey Ever Visit Sites*

(nusaresearch.com, 2016)

Terlihat dari survey tersebut, ada sedikit perbedaan antara persentase Reddoorz dan Airyrooms menandakan kedua situs tersebut bersaing ketat sebagai situs yang paling sering dikunjungi.



Gambar 1.6 Perbandingan *Expansive sites*

(nusaresearch.com, 2016)

Dalam hal memperluas brand, ternyata Airyrooms berada diatas Reddoors. Awal yang baik bagi Airyrooms sebagai usaha untuk menjadi situs yang paling populer.

Dapat disimpulkan dari survey tahun 2016 tersebut yaitu Zenrooms menjadi situs paling dikenal di Indonesia disusul oleh Reddoorz dan Airyrooms yang bersaing ketat diposisi dua dan tiga. Namun perlu ditekankan bahwa survey tersebut diambil pada tahun 2016 dan hingga sekarang Reddoorz dan Airyrooms telah melakukan perkembangan yang pesat. Tidak hanya ekspansi ke kota besar seperti Surabaya, Yogyakarta, Bandung, dan Jakarta saja, tetapi juga di kota-kota kecil lainnya. Hal ini dilakukan karena RedDoorz melihat adanya potensi besar, di mana lebih dari 77 persen orang Indonesia bepergian ke Jawa Timur. Targetnya, sebanyak 5.000 kamar akan dibuka di sejumlah wilayah di Jawa Timur. Untuk saat ini, RedDoorz telah memiliki 13.600 kamar tersebar di 30 kota di Indonesia. (idntimes.com, 2018)

Menurut Bekti (2015:35) website merupakan kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing- masing masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

Untuk dapat menjadi Online Travel Agency (OTA) yang unggul, mereka harus sangat memperhatikan kualitas *website* mereka. Secara singkat menurut Nugraha Dian (kompasiana.com, 2015) ada 7 kriteria yang harus dipenuhi agar website tersebut bisa dikatakan website yang baik yaitu desain visual yang baik, loading time yang cepat, mengakomodasi respon pengguna, memiliki konten yang baik, aksesabilitas yang baik, fungsionalitas yang baik, dan mudah digunakan.

Penelitian ini menggunakan metode Webqual 4.0 yang dikembangkan oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen (2000) yang didalamnya terdapat 3 dimensi yaitu *information quality*, *service interaction quality*, dan *usability* dan berisi 22 pertanyaan dengan metode analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus diperhatikan oleh suatu organisasi untuk memenuhi harapan para pengguna jasa mereka. Penelitian pada tingkat kualitas bisa dijadikan acuan untuk meningkatkan pengelolaan *website* menjadi lebih baik.

Berikut hasil dari survey menggunakan metode Webqual 4.0 terhadap website reddoorz:

Tabel 1.1

**Hasil Survey kepada 30 responden pengguna *website Reddoorz.com*
Mengenai (*Information Quality, Service Interaction Quality, dan Usability*)**

Dimensi	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
<i>Information Quality</i>	<i>Website</i> menyediakan informasi yang akurat	53,3%	46,7%
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang dapat dipercaya	70%	30%
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang tepat waktu	80%	20%
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang relevan	66,7%	33,3%
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang mudah dimengerti	96,7%	3,3%
	<i>Website</i> menyediakan informasi dengan tingkat detail yang tepat	76,7%	23,3%
	<i>Website</i> menyediakan informasi dalam format yang sesuai	96,7%	3,3%
	<i>Service Interaction Quality</i>	<i>Website</i> memiliki reputasi yang Baik	80%
Merasa aman untuk melakukan Transaksi		90%	10%
Merasa aman terhadap informasi pribadi pengguna		86,7%	13,3%

Dimensi	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
<i>Service Interaction Quality</i>	<i>Website</i> memberikan ruang untuk Personalisasi	96,7%	3,3%
	<i>Website</i> memberikan ruang untuk Komunitas	70%	30%
	<i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi	66,7%	33,3%
	Merasa yakin bahwa barang//jasa akan dikirim sebagaimana yang dijanjikan	56,6%	43,4%
<i>Usability</i>	<i>Website</i> mudah untuk dipelajari	83,3%	16,7%
	Interaksi antara <i>website</i> jelas dan mudah dipahami	96,7%	3,3%
	Mudah untuk bernavigasi didalam <i>Website</i>	66,7%	33,3%
	<i>Website</i> mudah digunakan	83,3%	16,7%
	<i>Website</i> memiliki tampilan yang Menarik	70%	30%
	Desain sesuai dengan jenis <i>website</i>	93,3%	6,7%
	<i>Website</i> mengandung kompetensi	90%	10%
	<i>Website</i> menciptakan pengalaman yang positif	76,7%	23,3%

(Sumber: Hasil Pengolahan Data Kusioner dari 30 Responden Secara Acak 2019)

Berdasarkan *survey* pada tabel 1.1 ditemukan bahwa *website* reddoorz belum sepenuhnya memenuhi harapan responden. Berikut masalah-masalah yang ditemukan :

1. Pada dimensi *Information Quality* bila dirata-ratakan ada sebanyak 22,8% responden tidak setuju terhadap 12 Indikator-indikator yang menyatakan bahwa *websitetersebut* memiliki *information quality* yang baik, yang mana artinya *website* tersebut masih memiliki banyak kekurangan pada dimensi tersebut. Maka dari itu penulis melakukan pencarian keluhan konsumen terkait dengan fenomena tersebut dan ditemukan beberapa keluhan yaitu:
 - a. Menurut responden terkadang ditemukan ketidakcocokan informasi fasilitas pada *website* dengan ketersediaan fasilitas yang sebenarnya pada hotel, seperti tidak tersedianya air hangat di kamar namun di *website* tertera bahwa fasilitas tersebut tersedia yang mana berarti *website* belum menyediakan informasi dengan akurat.
 - b. Sering terjadinya kesalahan booking pada *website*, ketika responden sudah membayar namun saat *check in* pihak hotel memberitahu bahwa hotel telah penuh yang berarti *website* tidak tepat waktu dalam memperbaharui informasi ketersediaan kamar.
 - c. Beberapa responden tidak mendapatkan *redcash* (promosi penurunan harga) seperti yang dijanjikan.
2. Pada dimensi *Service Interaction Quality* rata-rata sebanyak 22% responden tidak setuju terhadap 12 indikator-indikator yang menyatakan bahwa *websitetersebut* memiliki *Service Interaction Quality* yang baik, yang mana artinya *website* tersebut masih memiliki banyak kekurangan pada dimensi tersebut. Maka dari itu penulis melakukan pencarian keluhan konsumen terkait dengan fenomena tersebut dan ditemukan beberapa keluhan yaitu :
 - a. Beberapa responen kesulitan ketika ingin mengadukan keluhan.
 - b. Responden belum yakin bahwa barang/jasa sesuai dengan yang dijanjikan. Dikarenakanya harga reddoorz yang jauh lebih murah dari *website* booking hotel lainnya membuat responden tidak yakin akan kualitas dan fasilitas dari hotel yang terdapat di *website* reddoorz.

3. Dan Pada dimensi ketiga yaitu *Usability* rata-rata sebanyak 20% responden tidak setuju terhadap 13 indicator-indikator yang menyatakan bahwa website tersebut memiliki *Usability* yang baik, yang mana artinya website tersebut masih memiliki banyak kekurangan pada dimensi tersebut. Maka dari itu penulis melakukan pencarian keluhan konsumen terkait dengan fenomena tersebut dan ditemukan beberapa keluhan yaitu :
 - a. Beberapa responden merasa tampilan dari website reddoorz belum menarik dikarenakan menurut para responden, website reddoorz ingin terlihat lengkap namun malah terasa dipaksakan yang mana tulisan serta gambarnya terasa terlalu berdempetan.
 - b. Beberapa responden mengeluhkan *loading* yang lama ketika ingin memilih hotel.

Setelah mengetahui hasil dan kesimpulan menggunakan metode Webqual dari *website reddoorz.com*, maka berikut hasil survey dengan menggunakan metode Webqual pada *website airyrooms.com* :

Tabel 1.2

**Hasil Survey kepada 30 responden pengguna *website* Airyrooms.com
Mengenai (*Information Quality*, *Service Interaction Quality*, dan *Usability*)**

Dimensi	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
<i>Information Quality</i>	<i>Website</i> menyediakan informasi yang akurat	60%	40%
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang dapat dipercaya	66,7%	33,3%
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang tepat waktu	66,7%	33,3%
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang relevan	93,3%	6,7%
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang mudah dimengerti	86,7%	13,3%
	<i>Website</i> menyediakan informasi dengan tingkat detail yang tepat	83,3%	16,7%
	<i>Website</i> menyediakan informasi dalam format yang sesuai	90%	10%
	<i>Service Interaction Quality</i>	<i>Website</i> memiliki reputasi yang Baik	66,7%
Merasa aman untuk melakukan Transaksi		90%	10%
Merasa aman terhadap informasi pribadi pengguna		80%	20%

Dimensi	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
<i>Service Interaction Quality</i>	<i>Website</i> memberikan ruang untuk Personalisasi	86,7%	13,3%
	<i>Website</i> memberikan ruang untuk Komunitas	70%	30%
	<i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi	63,3%	36,7%
	Merasa yakin bahwa barang//jasa akan dikirim sebagaimana yang dijanjikan	60%	40%
<i>Usability</i>	<i>Website</i> mudah untuk dipelajari	76,7%	23,3%
	Interaksi antara <i>website</i> jelas dan mudah dipahami	66,7%	33,3%
	Mudah untuk bernavigasi didalam <i>Website</i>	96,7%	3,3%
	<i>Website</i> mudah digunakan	96,7%	3,3%
	<i>Website</i> memiliki tampilan yang Menarik	80%	20%
	Desain sesuai dengan jenis <i>website</i>	70%	30%
	<i>Website</i> mengandung kompetensi	93,3%	6,7%
	<i>Website</i> menciptakan pengalaman yang positif	86,7%	13,3%

(Sumber: Hasil Pengolahan Data Kusioner dari 30 Responden Secara Acak 2019)

Berdasarkan *survey* pada tabel 1.2 ditemukan bahwa *website* airyooms memiliki beberapa masalah didalamnya. Berikut masalah-masalah yang ditemukan :

1. Pada dimensi *Information Quality* bila dirata-ratakan ada sebanyak 22,% responden tidak setuju terhadap indikator-indikator yang menyatakan bahwa *website* tersebut memiliki *information quality* yang baik, yang mana artinya *website* tersebut masih memiliki banyak kekurangan pada dimensi tersebut. Maka dari itu penulis melakukan pencarian keluhan konsumen terkait dengan fenomena tersebut dan ditemukan beberapa keluhan yaitu:
 - a. Beberapa responden kerap menerima notifikasi berupa diskon harga hotel yang menggiurkan di layar handphone mereka, namun setelah mereka memeriksanya ternyata terdapat ketentuan ketentuan yang tidak diberitahukan di notifikasi tersebut yang membuat jumlah diskonnya ternyata berbeda dan responden mengurungkan niat mereka memesan hotel di airyrooms.
 - b. Harga yang tertera di awal terkadang berbeda dengan harga ketika responen telah memilih hotel tersebut.
 - c. Beberapa responden mengeluh terkadang harga kamar airy lebih mahal disbanding harga hotel itu sendiri padahal sudah menggunakan diskon.
 - d. Beberapa responden mengeluhkan kontrol kualitas hotel yang buruk yang berbeda dari informasi pada website.
2. Pada dimensi *Service Interaction Quality* rata-rata sebanyak 26,1% responden tidak setuju terhadap indikator-indikator yang menyatakan bahwa *website* tersebut memiliki *Service Interaction Quality* yang baik, yang mana artinya *website* tersebut masih memiliki banyak kekurangan pada dimensi tersebut. Maka dari itu penulis melakukan pencarian keluhan konsumen terkait dengan fenomena tersebut dan ditemukan beberapa keluhan yaitu :
 - a. Respondem berpendapat murahnya harga hotel di website airyrooms membuat responden tidak yakin akan kualitas hotel yang ada di airyrooms.
 - b. *Website* airyrooms memiliki reputasi kurang baik menurut responden karena sering dijadikan tempat menginap remaja berbeda jenis kelamin.

3. Dan Pada dimensi ketiga yaitu Usability rata-rata sebanyak 20% responden tidak setuju terhadap indikator-indikator yang menyatakan bahwa website tersebut memiliki Usability yang baik, yang mana artinya website tersebut masih memiliki banyak kekurangan pada dimensi tersebut. Maka dari itu penulis melakukan pencarian keluhan konsumen terkait dengan fenomena tersebut dan ditemukan beberapa keluhan yaitu :
 - a. Beberapa responden mengeluhkan belum adanya fasilitas reschedule.
 - b. Tidak tersedianya opsional untuk *cancel* kamar yang telah di book.
 - c. Terlalu banyak pemberitahuan baik promo yang masuk ke dalam ponsel responden.
 - d. Beberapa konsumen mengalami masalah dengan voucher yang tidak bisa digunakan.

Berdasarkan latar belakang tersebut bermaksud untuk melakukan perbandingan terhadap *website* Reddoorz dan Airyrooms dengan menggunakan metode WebQual 4.0 untuk mengetahui dan membandingkan kualitas layanan website menggunakan tiga indikator utama dalam metode webqual, antara lain *usability*, *information quality*, dan *service interaction* dan mengukur dengan menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA). Website reddoorz dan airyrooms dipilih oleh penulis sebagai objek penelitian dikarenakan pada tahun 2016 menurut survey yang dilakukan Nusaresearch, kedua website tersebut menduduki peringkat kedua dan ketiga dan bersaing ketat. namun hingga saat ini kedua website tersebutlah yang terlihat sangat berkembang. Dalam penelitian ini, kota Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan kota Bandung merupakan kota tempat tinggal penulis dan kedua objek tersebut sudah mengembangkan bisnisnya disana. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberi masukan bagi kedua perusahaan tersebut untuk memperbaiki kualitas *website* mereka.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang didapat sebagai berikut :

1. Bagaimana Kondisi Kualitas *website* Reddoorz dan Airyrooms dengan menggunakan Webqual dan *Importance Performance Analysis (IPA)*?
2. Apakah terdapat perbedaan kualitas *website* Reddoorz dan *website* Airyrooms?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui:

1. Untuk menganalisis kualitas *website* Reddoorz dan Airyrooms dengan menggunakan metode Webqual dan *Importance Performance Analysis (IPA)* pada pengguna Reddoorz di Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis perbedaan kualitas *website Reddoorz* dan *website* Airyrooms.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya wawasan di bidang pemasaran (*marketing*), khususnya terkait dengan topik analisis perbandingan. Di samping itu, beberapa penemuan yang ditemukan dalam dapat dijadikan referensi bagi penelitian berikutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan Reddoorz dan Airy room serta menjadi evaluasi untuk meningkatkan kualitas di masa mendatang.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulis dalam penulisan skripsi, penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan metode penelitian yang digunakan. Cakupan bab ini meliputi jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menguraikan mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.