

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber devisa yang potensial untuk jangka panjang adalah bidang pariwisata, mengingat begitu kayanya alam Indonesia dengan keindahan yang tiada habisnya diciptakan oleh Kebesaran Tuhan Y.M.E, jika didayagunakan akan bermanfaat bagi kelangsungan hidup seluruh rakyat Indonesia. Indonesia secara geografis dan demografis, sesungguhnya sangat potensial untuk menjadi daya tarik luar biasa bagi pariwisata internasional.

Departemen kebudayaan dan pariwisata secara resmi telah meluncurkan program Tahun Kunjungan Wisata ke Indonesia sejak tanggal 26 Desember 2007. Badan Pusat Statistik mengumumkan data bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia selama periode Januari hingga Agustus 2008 sebanyak 4 juta 70 ribu orang (4,07 juta orang). Angka ini memang meningkat sebesar 12,73 persen dibanding jumlah turis mancanegara periode yang sama pada tahun 2007 yaitu sebanyak 3,61 juta orang. Namun jumlah 4,07 juta orang belum mencapai target Tahun Kunjungan Indonesia 2008 yaitu sebanyak 7 juta turis. Dalam bidang kepariwisataan, salah satu industri yang memegang peranan penting dalam menarik wisatawan baik asing maupun domestik adalah jasa perhotelan.

Di dalam jasa perhotelan yang membutuhkan perhatian penting adalah memberikan prioritas utama pada kualitas pelayanan terbaik akan menimbulkan kepuasan pelanggan. Semakin banyaknya pesaing sejenis yang beroperasi

dengan berbagai produk dan jasa yang ditawarkan, membuat konsumen dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan. Hotel yang berhasil menjaga hubungan baik dengan pelanggan akan mendatangkan keuntungan jangka panjang bagi pihak hotel.

Jika pelayanan hotel dirasakan baik, dengan sendirinya pelanggan akan memberitahukan kepada kerabatnya sehingga informasi dari mulut ke mulut ini akan menghasilkan pelanggan baru. Setelah mendapatkan pelanggan yang setia pihak hotel dapat merebut pangsa pasar sehingga memperoleh laba yang maksimum.

Perilaku konsumen menurut Engel et al (1995) merupakan suatu tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Perilaku konsumen suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain keyakinan konsumen terhadap produk yang bersangkutan, keyakinan terhadap referensi serta pengalaman masa lalu konsumen.

Minat konsumen untuk menginap kembali di Hotel Sun In Pangandaran dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif konsumen. Contoh sikap konsumen adalah adanya keyakinan terhadap kualitas layanan Hotel Sun In Pangandaran, sedangkan contoh norma subyektif adalah keyakinan konsumen untuk mengikuti referensi dari orang tua, adik/kakak, sahabat/rekan kerja, atau tetangganya. Perilaku lampau juga tidak kalah penting dalam mempengaruhi minat konsumen untuk menginap kembali. Konsumen yang pernah menginap di Hotel Sun In Pangandaran akan menjadikannya sebagai pengalaman dan akan menggunakan

pengalamannya tersebut sebagai penentu keputusan untuk menginap ulang. Dalam hal ini jika konsumen mempunyai pengalaman yang baik berkaitan dengan layanan Hotel Sun In Pangandaran maka ia akan melakukan penginapan ulang, akan tetapi jika konsumen mempunyai pengalaman yang buruk, maka ia tidak akan menginap kembali di Hotel Sun In Pangandaran. Sebagai contoh jika konsumen pernah mengalami layanan yang kurang baik ketika menginap di Hotel Sun In Pangandaran, maka besar kemungkinan ia tidak akan menginap kembali di Hotel Sun In Pangandaran pada masa yang akan datang.

Objek penelitian mengambil hotel di Pangandaran, karena pantai di sini memiliki pemandangan indah, dengan cagar alam, pasir putih, ditambah keramahan penduduknya sehingga menarik wisatawan yang datang berkunjung untuk berekreasi ke Pangandaran untuk menenangkan pikiran dan beristirahat. Dengan kata lain objek yang diteliti adalah Resort Hotel, adalah hotel yang umumnya berlokasi di tempat-tempat wisata, dan menyediakan tempat-tempat rekreasi dan juga ruang serta fasilitas konferensi untuk tamu-tamunya.

Penelitian ini juga dilakukan atas dasar pertimbangan dari pihak hotel yang ingin mengetahui lebih jauh tentang bagaimana tanggapan pelanggan yang menginap terhadap pelayanan yang diberikan selama ini. Untuk memenangkan persaingan, pihak hotel berusaha memberikan pelayanan lebih terhadap pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dalam menginap di Hotel Sun In Pangandaran.

Oleh karena itu penulis tertarik dalam menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Sun In Pangandaran ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak terlampau meluas dan mudah untuk dipahami sesuai dengan tujuan pembahasan serta untuk lebih memperjelas lingkup masalah yang dibahas, maka perlu dilakukan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya yang telah dilaksanakan pihak Hotel Sun In Pangandaran dalam memberikan pelayanan?
2. Bagaimana penilaian konsumen setelah menginap di Hotel Sun In Pangandaran?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Sun In Pangandaran?

1.3 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh pihak hotel, dan juga untuk memperoleh data atau informasi tentang kualitas pelayanan jasa serta kepuasan konsumen terhadap jasa perhotelan yaitu Hotel Sun In Pangandaran.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui upaya-upaya yang telah dilakukan Hotel Sun In Pangandaran dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.
2. Untuk mengetahui penilaian konsumen mengenai pelayanan selama ini.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap sikap konsumen di Hotel Sun In Pangandaran.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Pihak Hotel

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pihak Hotel Sun In Pangandaran dalam masalah perbaikan dan pengembangan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Informasi tersebut dapat dipergunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam menentukan strategi yang harus ditempuh perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.

2. Bagi Penulis

Bertambahnya wawasan ilmu pengetahuan bagi penulis untuk membandingkan teori pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang di dapat selama duduk di bangku kuliah. Dan juga kegunaan penelitian ini adalah untuk melaksanakan penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi program S1 di Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

3. Bagi Peneliti Lain/Masyarakat

Bagi pelajar, mahasiswa, khususnya di lingkungan Perguruan Tinggi dapat menjadi bahan untuk pengetahuan terapan.