

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia yang sekarang ini telah memasuki era industrialisasi, industri pariwisata merupakan peluang yang tidak dapat dilepas begitu saja. Pariwisata merupakan suatu sumber pendapatan negara yang cukup besar setelah migas. Pariwisata telah tumbuh menjadi industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang sangat cerah dikemudian hari bagi sebuah Pembangunan Nasional. Hal ini terbukti di mana kunjungan wisatawan asing dari tahun ke tahun selalu meningkat. Ini berarti bahwa penerimaan devisa dari sektor pariwisata semakin meningkat pula.

Berbagai usaha telah dilakukan oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan penerimaan devisa negara, salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan mendorong pertumbuhan hotel sebagai tempat jasa penginapan bagi para wisatawan dalam dan luar negeri serta memberikan kemudahan dalam perijinan mendirikan dan membangun hotel atau kemudahan dalam membuka daerah-daerah wisata, sehingga minat penanaman modal asing dalam sektor pariwisata di Indonesia juga meningkat, selain itu pemerintah juga menyediakan sejumlah besar dana untuk membantu memperluas fasilitas-fasilitas di bidang pariwisata, seperti dalam hal membuka jalan yang menghubungkan daerah wisata.

Dengan banyaknya para wisatawan yang datang maka diperlukan akomodasi yang memadai seperti jasa penginapan, penyediaan makanan dan minuman, penyediaan sarana wisata dan kawasan pariwisata sehingga ini merupakan peluang yang besar bagi perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa perhotelan. Sehingga makin berkembangnya industri perhotelan baik dalam jumlah maupun hal peningkatan kualitas pelayanannya, maka timbul persaingan diantara perusahaan perhotelan.

Oleh karena itu perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang telah mereka berikan kepada konsumennya dengan terus mempertahankan ciri khusus yang telah dimiliki oleh masing-masing hotel. Dan untuk dapat mempertahankan mutu pelayanannya maka pengusaha hotel perlu melakukan perbaikan-perbaikan agar konsumennya merasa puas, senang, nyaman dalam melakukan kegiatannya sehingga ia mau kembali lagi menggunakan jasa dari hotel tersebut. Pelayanan yang dimaksud diatas diantaranya adalah kebersihan, kecepatan, ketepatan, keahlian karyawan, pemberian informasi yang lengkap dan akurat, etika sopan santun dalam melayani konsumen, penyediaan lapangan parkir yang memadai dan kondisi kenyamanan ruangan.

Usaha yang dilakukan oleh hotel diantaranya adalah dengan memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan konsumennya yaitu dengan memberikan prioritas utama pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi hotel karena itu agar dapat mempertahankan pelanggan, hotel diharapkan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Kepuasan konsumen itu penting apabila konsumen

merasa puas maka konsumen cenderung untuk menceritakan pengalamannya setelah menggunakan jasa hotel, menyebarkan informasi yang baik tentang hotel, selain itu ia sendiri berkecenderungan untuk menggunakan kembali hotel. Penyebaran informasi tersebut dapat menarik calon konsumen/pelanggan baru.

Karena pentingnya tingkat kepuasan konsumen bagi kelangsungan hidup hotel, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Argapuri Bandung.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana sikap dan tanggapan konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan hotel Argapuri dan apakah telah memenuhi harapannya
2. Seberapa besar pengaruh kualitas jasa yang telah diberikan oleh hotel Argapuri terhadap tingkat kepuasan konsumen

## **1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian terhadap pentingnya kualitas jasa dalam memaksimalkan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mengamati sikap dan tanggapan konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan hotel
2. Untuk mengetahui dan mengamati seberapa besar pengaruh antara kualitas jasa yang diberikan hotel terhadap tingkat kepuasan konsumen

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi :

##### 1. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi Hotel Argapuri dalam pengambilan keputusan dan dalam melaksanakan kebijakan serta mengatasi masalah kualitas jasa pada hotel Argapuri di masa yang akan datang.

##### 2. Penulis

- Sebagai bahan studi perbandingan antara teori yang di dapat selama perkuliahan dengan praktek yang ada dalam dunia usaha di Indonesia khususnya mengenai masalah kualitas jasa pada hotel Argapuri.
- Agar mengetahui bagaimana hubungan antara kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen yang dilaksanakan di hotel.

##### 3. Bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lain yang membutuhkan terhadap penelitian ini

Sebagai pengetahuan tambahan di dalam memahami dunia pemasaran khususnya kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen dalam bisnis perhotelan.

#### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Dengan banyaknya persaingan seperti sekarang ini maka pengusaha hotel akan semakin meningkatkan kualitas jasanya untuk dapat merebut pangsa pasar, selain itu pengusaha hotel juga harus mengetahui dan memahami dengan benar apa yang diinginkan oleh konsumennya.

Menurut Philip Kotler, dalam bukunya *Marketing Management*, edition IX (1997:49) bahwa *kualitas jasa adalah keseluruhan ciri/sifat dari produk/jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.*

Perusahaan dapat dikatakan berhasil memberikan kualitas jasa apabila jasa perusahaan telah memenuhi atau melebihi harapan dan kepuasan konsumennya.

Dengan mengetahui dan memperhatikan apa yang diinginkan oleh konsumen, merupakan hal yang paling penting bagi pelaksanaan terciptanya kepuasan konsumen, *dimana arti kepuasan menurut Philip Kotler, edisi IX (1997:36) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau berhasilnya sesuatu produk dan harapannya.*

Dengan melihat jasa yang diberikan oleh hotel maka konsumen dapat merasakan kualitas jasa yang diberikan oleh hotel tersebut sehingga konsumen merasa puas. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas jasa dengan kepuasan konsumennya sehingga makin tinggi pula kepuasan konsumen.

Menurut Philip Kotler(2000:499-500) ada 5 penentu kualitas jasa, dimana kelimanya disajikan secara berurutan berdasarkan nilai pentingnya menurut pelanggan :

1. Keandalan yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
2. Daya tanggap yaitu kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan tepat.
3. Kepastian yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati yaitu kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi konsumen.
5. Berwujud yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi

Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Jika kualitas jasa dari perusahaan mendapat tanggapan positif dari konsumen maka konsumen akan merasa puas dan selanjutnya akan kembali lagi menginap di hotel dan konsumen juga mau menginformasikannya kepada pihak lain. Jika konsumen merasa tidak puas maka ia tidak akan kembali lagi menginap di hotel tersebut dan akan pindah ke hotel yang lain dan konsumen pun dapat menginformasikan kekurangan dari hotel tersebut kepada pihak lain.

Oleh karena itu pengusaha hotel harus dapat mengantisipasi hal tersebut agar tidak terjadi dan berusaha dengan sungguh-sungguh untuk memperbaiki masalah yang dihadapi hotel dan meningkatkan kembali kepercayaan konsumennya. Oleh sebab itu perusahaan harus dapat meneliti dan menganalisa tentang kepuasan konsumennya terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, di mana semua jenis pelayanan konsumen haruslah dikoordinasikan dengan baik serta dimanfaatkan sebagai cara menciptakan kepuasan serta kesetiaan konsumen.

Dari kerangka pemikiran diatas dapat ditarik suatu hipotesa bahwa jika pelayanan yang diberikan oleh hotel baik, maka konsumen akan merasa puas sehingga konsumen akan kembali menginap di hotel tersebut dan tidak akan berpaling ke hotel yang lain.

### **1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Sebagai lokasi penelitian, penulis melakukan penelitian pada Hotel Argapuri yang berlokasi Jalan Raya Gambung km 6 Pasir Jambu Bandung Selatan.

Adapun waktu penelitian dilakukan pada tanggal 19 Maret sampai 7 Mei 2005.