

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini, bidang usaha jasa merupakan salah satu bidang usaha yang memegang peranan penting dalam perekonomian, yaitu untuk memenuhi berbagai kebutuhan, keinginan dan harapan manusia yang terus-menerus meningkat. Hal ini dapat dilihat dari adanya bidang usaha jasa yang berkembang secara pesat dengan ditandai banyaknya hotel, kafe, restaurant, dan sarana jasa lainnya yang bermunculan. Dengan semakin tingginya persaingan, maka setiap bidang usaha jasa dituntut untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang diberikan kepada konsumennya.

Bidang usaha jasa yang dapat dirasakan saat ini paling banyak berkembang pesat yaitu hotel. Pertumbuhan hotel dapat dikatakan luar biasa. Semenjak dibukanya jalan tol *Cipularang* (Cikampek-Purwakarta-Padalarang) semakin banyak wisatawan yang menggunakan jasa arus lalu lintas ini untuk berlibur terutama wisatawan domestik, khususnya masyarakat Jakarta dan sekitarnya. Daya tarik Bandung menjadi salah satu alternatif kebanyakan orang untuk menghabiskan liburannya, karena Bandung dikenal dengan banyak *Factory Outlet* yang menjual pakaian jadi dengan harga yang relatif murah, juga banyaknya penjual makanan yang unik dan terkenal. Daya tarik inilah yang dapat menjadikan kota Bandung sebagai kota wisata. Hal ini membuat dampak yang baik bagi perkembangan hotel di Bandung, karena hotel merupakan salah satu dari beberapa hal yang perlu dipertimbangkan untuk bepergian ke kota lain yang dikunjungi. Dengan

semakin maraknya wisatawan yang bermunculan, maka persaingan antar hotel di Bandung pun semakin terasa kuat

Pada situasi yang sulit seperti ini, seluruh hotel menghadapi tantangan untuk tetap dapat eksis agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Selain itu perubahan lingkungan akan selalu terjadi dan akan sangat berpengaruh pada perubahan perilaku konsumen yang cenderung berubah dengan cepat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk lebih tanggap terhadap perubahan yang terjadi di sekeliling mereka. Hal ini membuat manajemen hotel harus dapat memberikan kepuasan yang maksimal bagi konsumennya.

Hotel umumnya adalah suatu tempat dimana konsumen memperoleh jasa yang diberikan oleh perusahaan berupa pelayanan (*service*) yang berkualitas baik yang sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan konsumen agar konsumen dapat merasakan kenyamanannya untuk beristirahat.

Untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, perusahaan harus dapat mengukur dan menilai seberapa besar kualitas atas suatu produk atau jasa yang ditawarkannya. Konsumen akan mengatakan suatu produk atau jasa berkualitas baik apabila telah berhasil memenuhi atau bahkan melebihi harapannya, yaitu dapat memuaskan keinginannya.

Hotel Guci merupakan salah satu hotel yang berada di kota Bandung bagian Utara. Selama ini Hotel Guci telah mendapatkan respon yang cukup baik dari masyarakat kota Bandung walaupun sebagai pendatang baru dibandingkan hotel-hotel lain yang telah memiliki pengalaman lebih banyak. Namun untuk dapat lebih memuaskan

konsumennya, Hotel Guci berusaha mengetahui kebutuhan dan keinginan para konsumennya.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan adanya beberapa pertimbangan pada latar belakang yang melandasi keinginan untuk melakukan penelitian dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, maka perusahaan harus mempunyai kemampuan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, dan kemudian berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.

Hotel Guci merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri perhotelan (bidang pariwisata). Untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya, maka pihak hotel harus memperhatikan pelayanannya, produk dan kualitas makanannya, serta ia juga harus memperhatikan fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis memberi rumusan-rumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Guci?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Hotel Guci?
3. Sejauh mana pengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Guci?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Guci.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Hotel Guci.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Guci.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Penulis

- Untuk menambah wawasan ilmu dan pengetahuan yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan dengan dunia praktika di perusahaan sehari-hari
- Untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi jurusan Manajemen.

2. Hotel Guci

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan yang berharga, agar di masa yang akan datang dapat terus meningkatkan kualitas serta pelayanannya kepada konsumen.

3. Fakultas

Guna melengkapi literatur di perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha sehingga dapat menjadi sumber bacaan yang bermanfaat bagi mahasiswa yang akan menyusun skripsi.

4. Pihak lain

- Sebagai bahan penambah pengetahuan bagi pihak lain dalam mengenal kualitas pelayanan mengenai hotel
- Menjadi bahan pembanding dengan ilmu pengetahuan lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan
- Memberikan masukan dan tambahan informasi dalam melakukan penelitian lebih jauh mengenai masalah yang sama.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam dunia bisnis sekarang ini, tingkat persaingan dalam bidang pariwisata (khususnya hotel) perlu diperhatikan, karena dengan bertambahnya jumlah wisatawan yang berlibur, maka perusahaan yang bergerak pada bidang tersebut dituntut untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Untuk itu, perusahaan harus mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya, baik dari segi pelayanan maupun kualitas yang diberikan dengan menerapkan manajemen pemasaran.

Hotel merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak dalam bidang jasa karena tidak terlepas dari karakteristik pelayanan yang diberikan, tetapi sebuah hotel tidak hanya memperhatikan dari segi pelayanannya saja, tetapi ia juga harus memperhatikan fasilitas yang mencukupi serta kualitas yang baik dimana dapat diukur melalui penampilan

penyajian *breakfast* (makanan dan minuman) yang baik, kebersihan hotel, fasilitas lain yang mendukung, dan juga variasi pelayanan yang diberikan kepada konsumen agar konsumen dapat merasa puas.

Adapun yang dimaksud dengan kualitas jasa:

“ Service quality is function of customer perception. In other words, service quality is what the customer perceives it to be relations to his or her need.”

(Flora Han, Debbie Long, 1996; 73)

Artinya, kualitas jasa adalah suatu fungsi dari persepsi pelanggan. Dengan kata lain, kualitas jasa adalah apa yang dirasakan oleh pelanggan yang berhubungan dengan kebutuhannya.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang penting karena pelayanan yang diberikan merupakan sesuatu yang dapat langsung dirasakan sebelum ia menikmati jasa yang akan diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan dalam hotel sangatlah penting guna menghasilkan pelayanan yang memuaskan bagi konsumennya.

Adapun sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas sebuah jasa menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1990; 20-21), yaitu:

- *Reliability* : mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*).
- *Responsiveness* : kesigapan para karyawan dalam memberikan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.

- *Competence* : ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan dalam memberikan jasa.
- *Access* : meliputi kemudahan untuk dicapai atau dihubungi.
- *Courtesy* : meliputi sikap sopan, perhatian dan keramahan yang dimiliki oleh para *contact person* (seperti resepsionis, penerima telepon, housekeeping, dll).
- *Communication* : memberikan informasi kepada konsumen dalam bahasa yang dapat mereka pahami.
- *Credibility* : sifat jujur dan dapat dipercaya dari karyawan.
- *Security* : aman dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan.
- *Understanding* : usaha untuk memahami kebutuhan dari pelanggan.
- *Tangibles* : bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa.

1.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka disusunlah hipotesa sebagai berikut:

Ho: $\rho = 0$, artinya tidak ada pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Guci Di Bandung.

Hi : $\rho \neq 0$, artinya ada pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Guci Di Bandung.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan penulisan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Merupakan pengantar dalam penelitian ini yang menyuguhkan tentang pentingnya kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen di Hotel Guci.

Bab II Landasan Teori

Berisi tentang teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah yang diteliti penulis dan digunakan untuk memecahkan dan menganalisis masalah.

Bab III Obyek Penelitian

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas serta data lain yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

Bab IV Pembahasan

Mengemukakan data yang diperoleh, pengolahan data dan analisis pemecahan masalah.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Merupakan kesimpulan dari semua rangkaian yang telah dilakukan penulis dalam melakukan penelitian dan juga saran yang dapat penulis berikan kepada perusahaan yang diharapkan dapat membentuk pemecahan masalah dalam perusahaan.