

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis dan cita rasa barang dan jasa yang dibelinya. Pada dasarnya, kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Zeithaml, Berry, Parasuraman (1994) yang

pernyataannya dikutip oleh Usmara (2003) menyatakan bahwa kualitas yang dirasakan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima.

Dengan demikian kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Loyalitas pelanggan terhadap kualitas jasa tersebut dapat diukur dari terpenuhi atau tidaknya kebutuhan pelanggan yang tampak dari sikap perilaku pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta member rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipresepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti: subjektivitas si pemberi jasa, keadaan psikologis (konsumen

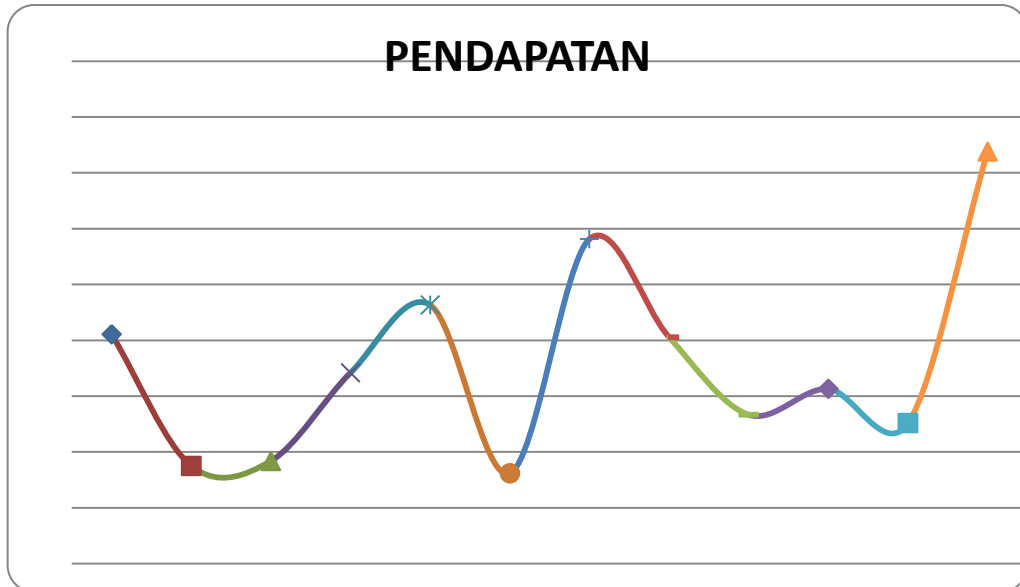
maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipresepsikan oleh konsumen. Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapannya. Sedangkan Peter dan Olson (2003) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk atau jasa. Hotel Sunset sebagai salah satu hotel berbintang tiga yang ada di Pangandaran, tidak lagi sebagai institusi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perhotelan yang hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi mereka juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya. Fasilitas sendiri adalah segala hal yang merupakan sarana pokok dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk dipakai, dimanfaatkan, dinikmati oleh tamu selama ia tinggal di hotel. Dalam menjalankan bisnisnya, pihak hotel Sunset harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal tersebut di atas, tampak betapa pentingnya usaha

pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran.

Tabel 1.1
Pendapatan Hotel Sunset Panganadaran tahun 2016

No	Bulan	Pendapatan
1	Januari	Rp.92 170 000
2	Februari	Rp.45.040.000
3	Maret	Rp.46.800.000
4	April	Rp.78.410.000
5	Mei	Rp.102.665.000
6	Juni	Rp.42.360.000
7	Juli	Rp.126.300.000
8	Agustus	Rp.91.130.000
9	September	Rp.63.340.000
10	Oktober	Rp.72.650.000
11	November	Rp.60.340.000
12	Desember	Rp.157.690.000
Jumlah Total		Rp.978.895.000

Gambar 1.1
Grafik Pendapatan



Pesaing yang dihadapi oleh Hotel Sunset bukan hanya terdiri dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama, tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas bar maupun restoran mewah untuk tujuan wisata. Dalam menghadapi hal tersebut, ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan jasa Hotel Sunset antara lain *tangible*, meliputi penampilan gedung hotel, interior bangunan hotel, dan penampilan karyawan hotel, dimensi *reliability*, meliputi kemampuan hotel memberikan pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness* yang meliputi kesediaan karyawan hotel untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* yang meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen, serta

dimensi *empathy*, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen (Payne, 2000).

Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan memberikan dasar yang baik bagi penggunaan jasa yang berulang, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, dan reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan serta laba yang diperoleh meningkat. Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi tersebut, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang

lain sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Hal yang diuraikan di atas berlaku juga bagi usaha hotel. Hotel merupakan sebuah perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat bermalam ketika jauh dari rumah, tetapi juga dikenal karena pelayanan yang diberikan. Walaupun gedung hotel dan fasilitasnya sangat menunjang, akan tetapi jika tidak ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan, maka pelanggan akan tetap merasa tidak puas.

Dari uraian di atas dapat dilihat betapa pentingnya arti layanan bagi sebuah perusahaan jasa hotel. Berawal dari latar belakang masalah di atas, penulis mencoba melakukan penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Sunset dengan judul: ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di Hotel Sunset Pangandaran tahun 2016”***.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, identifikasi masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Tempat parkir yang tidak bisa menampung sebagian kendaraan dari pemakai jasa hotel,
2. Fasilitas di tempat fitness / kebugaran Hotel Sunset kurang lengkap.
3. Harga yang ditetapkan oleh Hotel Sunset pangandaran dapat mempengaruhi minat menginap konsumen.

4. Tingkat konsumen yang menginap di Hotel Sunset Pangandaran berbanding terbalik dengan data yang telah ditemukan oleh peneliti.
5. Konsumen hanya mengetahui keunggulan Hotel Sunset Pangandaran dan tidak mengetahui kelemahan Hotel Sunset Pangandaran.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Hotel Sunset Pangandaran?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di Hotel Sunset Pangandaran?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Sunset Pangandaran?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan di hotel Sunset Pangandaran,
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen hotel Sunset Pangandaran,
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di hotel Sunset Pangandaran.

E. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap berbagai pihak diantaranya, yaitu :

1. Bagi Penulis :

Diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dari informasi yang diperoleh, dan menambah pengalaman penulis dalam bidang penelitian serta menjadi salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana.

2. Bagi Perusahaan :

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat khususnya dalam hal citra merek, kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Akademis :

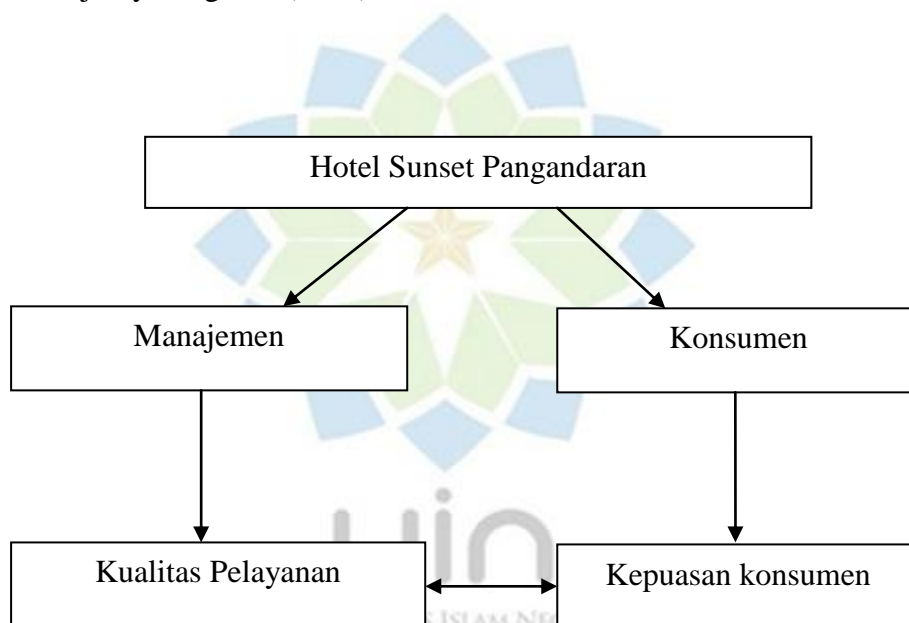
Memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan untuk dijadikan bahan pembelajaran dan untuk kemajuan pendidikan khususnya bagi mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dan sebagai bahan masukan dan sumber informasi bagi peneliti dalam melakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel lain yang mendukung.

4. Bagi Pembaca :

Sebagai masukan yang berguna bagi pengembangan ilmu khususnya manajemen pemasaran dan sebagai salah satu bahan acuan dan referensi untuk melakukan penelitian lanjutan.

F. Kerangka Pemikiran

Sebuah perusahaan akan dianggap sukses dalam jangka panjang adalah perusahaan yang dapat memuaskan semua kebutuhan konsumennya dalam segi pelayanan, sebab kepuasan atau ketidakpuasan konsumen akan suatu produk dan pelayanan akan mempengaruhi perilaku dari pembeli selanjutnya Sugiono (2014).



Sumber: Data diolah sendiri

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran

G. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Kukuh Prasetyo (2008)	Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Candi Baru Semarang	1. Lokasi 2. Promosi 3. Pelayanan 4. Kepuasan Konsumen	1. Ada pengaruh Lokasi terhadap kepuasan konsumen di hotel candi baru Semarang. 2. Ada pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di hotel candi baru Semarang. 3. Ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen di hotel candi baru semarang.

				4. Secara bersama-sama terdapat pengaruh lokasi, promosi, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di hotel candi baru semarang.
2.	Aldo Fitra Romansyah (2010)	Pengaruh Pelayanan, lokasi, promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel New Metro Semarang	1. Pelayanan 2. Lokasi 3. Promosi 4. Kepuasan Konsumen	1. Ada pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel New Metro. 2. Ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel New

				<p>Metro</p> <p>3. Ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel New Metro.</p> <p>4. Faktor yang paling dominan diantara faktor-faktor yang lain yakni faktor Fasilitas.</p>
3.	Ivanka Avelini Holjevac (2007)	Customer Satisfaction Measurement In Hotels Industry	Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Hotel	1. Faktor kepuasan konsumen menjadi faktor yang penting pada beberapa perusahaan jasa, seperti hotel
4.	Sachdev, Sheetal B	<i>Measuring Service</i>	Kualitas	1. Faktor kualitas

	dan Harsh V. Verma. (2006)	<i>Quality and Customer Satisfaction Of The Hotels In Malaysia : Malaysia, Asia And Non-Asia Hotels Guest</i>	Pelayanan Kepuasan Konsumen Hotel	pelayanan dan kepuasan konsumen menjadi faktor yang penting pada beberapa perusahaan jasa, seperti hotel
5.	Sutanto, J.E. (2009)	<i>Dimension Quality Of Service Influence Customer Satisfaction In The Hotel</i>	Kualitas Pelayanan Kepuasan konsumen	1. Pada perusahaan jasa, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh pelayanan yang baik dari karyawan hotel.
6.	Ashoka Mahendray ana (2004)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan	Keandalan, daya tanggap, keyakinan, empati, dan wujud fisik	Hasil penelitian menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas

		konsumen jasa perhotelan pada Patra Semarang <i>Convention</i> Hotel.		pelayanan yang dilakukan oleh Patra Semarang <i>Convention</i> Hotel dengan kepuasan pelanggan
7.	Hasan (2006)	Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang	Compliance, assurance, tangibles, reliability, empathy, responsiveness, dan kepuasan nasabah	Hasil bahwa variable compliance, assurance, tangibles, reliability, empathy, responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
8.	Syahputra (2011)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap	Penelitian ini menggunakan metode pendekatan suvey dengan	Secara serempak kualitas pelayanan yang terdiri dari bentuk fisik, keandalan,

		Kepuasan Dan Loyalitas Occupant Pada Hotel Lido Graha Di Lhokseumawe	menggunakan metode statistic linier regresi berganda	ketanggapan, keyakinan, bentuk fisik dan ketanggapan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan, di mana dari kelima variabel tersebut variabel keyakinan merupakan variabel yang paling dominan dibandingkan dengan empat variabel lainnya.
--	--	---	--	--

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dinyatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi

hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Maka Hipotesis yang disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_a: Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan di Hotel Sunset Pangandaran

H₀: Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen di Hotel Sunset Pangandaran

H_a: Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Sunset Pangandaran

