

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa (*services*), kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuhkembangkan perusahaan. Dengan demikian masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis saat ini. Kualitas jasa merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan jasa bagi pelanggan, pelanggan yang puas akan tetap menggunakan jasa (*brand loyalty*).

Tujuan dari organisasi bisnis adalah untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Pada dekade terakhir ini, kualitas jasa semakin mendapat banyak perhatian bagi perusahaan. Persoalan kualitas kini tidak saja menjadi satu-satunya senjata persaingan tetapi sudah menjadi “tiket yang harus dibayar” untuk masuk ke dunia bisnis. Hal ini disebabkan karena kualitas jasa dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Kualitas jasa yang baik dapat menimbulkan loyalitas konsumen, dan menarik konsumen baru, karena dengan demikian akan terpenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pada akhirnya, melalui loyalitas konsumenlah perusahaan akan memperoleh keuntungan jangka panjang atau stabilitas keberlangsungan hidup perusahaan.

Manajemen selalu berusaha untuk memberikan kualitas jasa yang terbaik kepada konsumen. Kualitas yang diserahkan oleh manajemen akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepadanya atau kinerja jasa. Seringkali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh manajemen. Untuk mengetahui apakah manajemen telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi yang melibatkan pelanggannya.

Perhotelan sebagai salah satu organisasi jasa yang bergerak di bidang jasa penginapan, perlu juga melakukan evaluasi atas kualitas jasa yang diterima oleh para pelanggannya. Perhotelan adalah suatu usaha untuk melayani konsumen yang dituntut harus mampu menyediakan produk yang dapat dirasakan langsung manfaatnya seperti kamar dengan segala perlengkapannya, serta produk-produk yang tidak nampak seperti keramah-tamahan, kenyamanan, keamanan, dan keberhasilan manajemen hotel yang dapat mempengaruhi citra nama hotel di mata konsumennya. Keberhasilan perusahaan-perusahaan dalam bisnis atau jasa (*service*) seperti hotel terfokus pada dua hal, yaitu karyawan hotel (*employees*) yang memberi pelayanan, dan tamu hotel (*customers*) yang harus dilayani. Profit yang besar akan dicapai oleh hotel sangat tergantung dari dua hal ini bila tidak pasti akan terjadi masalah pada hotel yang dikelolanya selama ini. Sesuai dengan SK Menparpostel No. KM 37/PW.340/MPPT/1986 yang memuat tentang Peraturan Usaha dan Penggolongan Hotel, Bab I, Pasal I, Ayat (6) dalam SK (Surat Keputusan) tersebut menyatakan bahwa: "Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk

dipergunakan sebagai jasa penginapan, makan, minum, serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil”.

Hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus, (Walikota Surakarta, 2009: 10). Dalam peraturan perusahaan hotel di Indonesia, Surat Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No. SK 24/H/70 tahun 1970 tentang hotel tercantum batasan hotel adalah perusahaan akomodasi dan menyajikan hidangan serta fasilitas lainnya dalam hotel untuk umum dan akomodasi, sanitasi, estetika, keamanan dan ketentraman secara umum dapat menjamin adanya ketenangan pribadi untuk para tamu hotel.

Menurut Parasuraman, *et.al*, (1985) dalam Tjiptono (2006: 34), evaluasi kualitas jasa pada perhotelan dapat dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas jasa, terdiri dari *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangible* (bukti fisik). Untuk mengevaluasi kualitas jasa, perhotelan perlu memperoleh informasi tentang jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan melalui pelanggan itu sendiri. Dalam hal ini pelanggan yang menggunakan jasa penginapan hotel tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis kualitas pelayanan jasa hotel-hotel di Surakarta untuk mengetahui apa yang sebenarnya diharapkan oleh pelanggan dan apa yang selama ini dipersepsikan oleh pelanggan atas kualitas jasa yang diterimanya.

Baik buruknya kualitas jasa perhotelan akan tergantung pada kemampuan pihak perhotelan itu sendiri untuk memenuhi harapan pelanggan. Loyalitas pelanggan terhadap pelayanan merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi tingkat persaingan yang tinggi dengan pertumbuhan yang rendah. Pada kondisi demikian, loyalitas terhadap pelayanan sangat dibutuhkan agar perusahaan dapat bertahan hidup. Loyalitas pelanggan sendiri tidak dapat dipisahkan dari kepuasan pelanggan, kepuasan dan loyalitas terkait secara erat dan tidak terpisahkan. Tetapi hubungan keduanya bersifat asimetris mengingat pelanggan yang loyal kebanyakan adalah pelanggan yang terpuaskan, tetapi tidak semua kepuasan pelanggan bermakna loyalitas. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan, singkatnya alternatif tersebut setidaknya sesuai yang diharapkan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, guna dapat meneliti lebih dalam berdasar sudut pandang kualitas jasa dan loyalitas pelanggan, maka penulis merasa tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL LOR INN SURAKARTA”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah dimensi *reliability* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Lor Inn Surakarta?

2. Apakah dimensi *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Lor Inn Surakarta?
3. Apakah dimensi *assurance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Lor Inn Surakarta?
4. Apakah dimensi *empathy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Lor Inn Surakarta?
5. Apakah dimensi *tangible* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Lor Inn Surakarta?
6. Apakah dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan hotel Lor Inn Surakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* secara individual terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penginapan hotel Lor Inn Surakarta.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penginapan hotel Lor Inn Surakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Pihak Manajemen Hotel

Memberikan sumbangan pemikiran kepada manajemen hotel dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan terkait dengan kualitas pelayanan jasa yang meliputi dimensi *Service Quality* yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles* dalam memenuhi harapan para pelanggan jasa hotel.

2. Bagi Peneliti

- a. Memberikan tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku sekolah dan menerapkannya di lapangan nyata.
- b. Menambah wawasan pengetahuan peneliti tentang penelitian lapangan khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan hotel.

3. Peneliti Selanjutnya

Memberikan bahan masukan tentang penelitian yang bertema faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan hotel.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dan menjelaskan arah tujuan penelitian ini, maka penelitian menggunakan sistematika sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tentang kajian teori, meliputi: pemasaran jasa, kualitas jasa, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan; kajian penelitian terdahulu dan hipotesis.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini terdiri dari kerangka pemikiran, definisi operasional variabel dan indikator, rancangan penelitian dan pengukuran, populasi dan sampel metode pengumpulan data serta metode analisis data.

**BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, analisis data dan pembahasannya.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran yang perlu disampaikan baik untuk objek penelitian maupun untuk penelitian selanjutnya.