

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perhotelan sebagai salah satu organisasi jasa yang bergerak di bidang jasa penginapan, perlu juga melakukan evaluasi dan kualitas jasa yang diterima oleh para pelanggannya. Perhotelan adalah salah satu usaha untuk melayani konsumen yang dituntut harus mampu menyediakan produk yang dapat dirasakan langsung manfaatnya seperti kamar dengan segala perlengkapannya serta produk yang tidak nampak seperti keramah tamahan, kenyamanan, keamanan dan keberhasilan manajemen hotel yang dapat mempengaruhi citra nama hotel di mata konsumen. Keberhasilan perusahaan dalam bisnis atau jasa (*service*) seperti hotel terfokus pada dua hal, yaitu karyawan hotel (*employees*) yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan dan tamu hotel (*customer*) yang harus dilayani. Profit yang besar mungkin bisa diperoleh jika bergantung dari dua hal tersebut, bila tidak, maka 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 komersial”.

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 sejumlah uang yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima.

Abimanyu adalah salah satu hotel ternama di daerah Bandungan Semarang yang selalu meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan para konsumen. Hal tersebut tidak lepas dari hadirnya hotel-hotel berbintang yang semakin meramaikan persaingan dalam industri perhotelan. Munculnya hotel-hotel lain membuat Hotel Abimanyu harus terus berbenah untuk tetap mempertahankan pelanggannya agar tidak lari ke para pesaingnya. Keadaan itu tentu saja akan membawa dampak terhadap dunia perhotelan khususnya di daerah Bandungan. Bila hal tersebut berkembang dengan baik maka persaingan tersebut akan memiliki pengaruh positif terhadap perekonomian kota Semarang. Industri perhotelan menjadi sangat penting untuk meningkatkan kebutuhan terhadap hotel bagi wisatawan, namun pengusaha yang tengah melakukan bisnis di daerah Bandungan ini sangat tinggi. Hal tersebut yang mendorong meningkatnya pertumbuhan pembangunan hotel di Bandungan. Masyarakat akan dihadapkan pada pilihan yang sulit dalam mengambil keputusan untuk memilih hotel, karena setiap hotel akan berusaha memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Hal ini membuat para manajemen hotel berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen sehingga dapat memberikan image yang baik di mata konsumen serta menjadi media promosi yang baik melalui konsumen tersebut.

Maka manajemen Hotel Abimanyu berusaha untuk memberikan kualitas jasa yang terbaik kepada konsumen. Kualitas pelayanan 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.

Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk memilih Hotel Abimanyu Bandung, antara lain dimensi *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Untuk mengevaluasi kualitas jasa, perhotelan perlu memperoleh informasi tentang jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan melalui pelanggan itu sendiri. Dalam hal ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa penginapan hotel tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis kualitas pelayanan jasa Hotel ABIMANYU Bandung untuk mengetahui apa yang sebenarnya diharapkan oleh pelanggan selama ini atau kualitas jasa yang diterimanya.

Parasuraman, *et.al*, (1985: 41). 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 pada

pelanggan sangat dibutuhkan agar perusahaan dapat bertahan hidup. Loyalitas pelanggan sendiri tidak dapat dipisahkan dari kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan 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 paska konsumsi bahwa suatu alternative yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan, singkatnya alternative tersebut setidaknya sesuai yang diharapkan.

Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa (*services*), kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan 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 (*bran 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 kebutuhan. Pada dekade terakhir ini, kualitas jasa semakin mendapat banyak perhatian bagi perusahaan. Persoalan kualitas ini tidak saja menjadi satu-satunya senjata persaingan tapi sudah menjadi "*tiket yang harus di bayar*" 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 terpuaskan kebutuhan-kebutuhannya. Pada akhirnya, melalui loyalitas konsumen perusahaan akan memperoleh keuntungan jangka panjang atau stabilitas keberlangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, untuk dapat meneliti lebih lanjut dan lebih dalam berdasar sudut pandang kualitas jasa dan loyalitas pelanggan, maka penulis merasa tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL ABIMANYU BANDUNGAN”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari : *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hotel ABIMANYU Bandungan ?
2. Variable kualitas layanan manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan Hotel ABIMANYU Bandungan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel ABIMANYU Bandungan.
2. Untuk mengetahui variable kualitas layanan yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan Hotel ABIMANYU Bandungan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Hotel ABIMAYU

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Hotel ABIMANYU, agar dapat mengetahui dan mengevaluasi hal-hal apa saja yang harus diperbaiki pada kualitas pelayanan yang berorientasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di masa yang akan datang.

2. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sama.

E. Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori, meliputi: pemasaran jasa, kualitas jasa, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, teori-teori yang relevan serta penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari kerangka pemikiran, hipotesis, data sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional, serta metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA, PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, deskripsi data, analisis data, pembahasan serta hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran yang perlu disampaikan dalam keterbatasan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA