

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan gaya hidup seiring dengan perkembangan zaman melahirkan persaingan yang semakin ketat dalam memperebutkan pasar. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu bentuk aktivitas yang memberikan solusi untuk mengatasi ketatnya persaingan. Seorang pengusaha harus mampu membaca pasar karena kebanyakan masyarakat pada saat ini sedang banyak mencari kemudahan dan manfaat dari apa yang mereka beli.

Pada masa ini, tidak sedikit orang yang menginginkan sebuah kemudahan pada saat sedang bepergian. Hotel adalah sebuah kemudahan yang ditawarkan bagi seseorang yang menginginkan pemenuhan kebutuhannya ketika bepergian ke luar kota maupun luar negeri. Hotel merupakan bagian yang integral dari sebuah jasa akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas- fasilitas pemenuhan kebutuhan lain selain penginapan. Selain itu, dalam kegiatan pemasarannya hotel selalu memprioritaskan kepuasan tamu hotel, karena tamu hotel sudah pasti akan selalu mengharapkan kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi selama berada di hotel.

Kepuasan tamu dapat dicapai melalui kualitas pelayanan dan kualitas produk hotel yang baik. Persepsi tamu terhadap tingkat kualitas pelayanan dan produk hotel dapat terbentuk dari tingkat pengetahuan, pengalaman serta tingkat kebutuhan tamu atas pelayanan yang disediakan oleh hotel. Kualitas

pelayanan yang prima terbangun dari sebuah komunikasi antar pihak yang terlibat dalam pemberian pelayanan, baik secara koordinasi tentang lapangan juga interaksi antar individu, juga dengan pelanggan. Komunikasi yang baik antar pihak yang terlibat dalam sebuah pemberian pelayanan diharapkan akan memberikan kontribusi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan serta diharapkan akan tercapai sebuah kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Hotel adalah salah satu jenis organisasi jasa yang menghadapi persaingan ketat dengan kompetitor sejenisnya untuk mendapatkan dampak positif melalui konsumen seperti kepuasan dan loyalitas pelanggannya. Oleh karena itu, sangat diperlukan pengetahuan mengenai dimensi yang harus dipahami mengenai kualitas pelayanan. Menurut Zeithaml dan M.T. Bitner (1996) dan juga Adrian Palmer (2001) dalam Irine (2008: 52), ada lima dimensi mutu/ kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan diantaranya:

- a. *Reliability* (Reliabilitas atau Keandalan), yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- b. *Responsiveness* (Ketanggapan), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap.
- c. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan petugas serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan/assurance.
- d. *Empathy* (Empati), yaitu merupakan syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
- e. *Tangibles* (Bukti Nyata atau Keberwujudan), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Interaksi dan koordinasi digunakan untuk mengarahkan perusahaan sehingga mampu mengkoordinasikan elemen- elemen kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan kemudian mengkomunikasikan dalam

bentuk kualitas pelayanan yang prima kepada tamu hotel. Elemen- elemen kualitas pelayanan seperti *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti nyata) yang dikoordinasikan dan diinteraksikan untuk mendapatkan citra perusahaan yang baik melalui kualitas pelayanan yang diberikan dan diharapkan akan memberi kepuasan kepada tamu hotel.

Reliability (Reliabilitas) merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. *Responsiveness* (Ketanggapan), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap. Dan melalui proses ini diharapkan mampu mengarahkan tamu hotel pada prosedur dan sistem yang tepat, cepat dan tidak rumit. Selain itu, melalui *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan petugas serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan/ *assurance*. *Empathy* (Empati), merupakan syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Yang dengan kata lain melalui proses pemberian pelayanan ini akan dapat mencerminkan hubungan yang baik antar manajemen dengan bawahan karena koordinasi yang baik menghasilkan kesatuan persepsi dan pengimplementasiannya dalam pemberian pelayanan.

Tangibles (Bukti Nyata), merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi. Dimensi kualitas pelayanan jenis ini sering dianggap sebagai sumber daya fisik yang dimiliki perusahaan serta dapat memberikan kesan terhadap keindahan, kenyamanan, ketenangan, dan

juga kebersihan. Hal ini tentu saja akan menciptakan atmosphere dalam lingkungan perusahaan yang baik.

Hotel Ollino Garden adalah salah satu perusahaan yang mampu melakukan koordinasi dan interaksi kepada para stafnya dengan baik tentang betapa pentingnya dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti nyata). Hal ini juga diperlukan demi tercapainya keunggulan tersendiri daripada kompetitor sejenisnya. Hotel Ollino Garden adalah salah satu hotel di kota Malang yang mengunggulkan kualitas pelayanan agar didapatkan suatu citra yang positif dan juga kenaikan penjualan yang nyata. Melalui kelebihan yang dimiliki, Ollino Garden Hotel mampu memberikan kesan terhadap tamu melalui pelayanan yang diberikan, struktur fisik hotel yang berkesan, prosedur yang cepat dan tidak rumit, serta bentuk kualitas pelayanan lainnya.

Diperoleh dari sumber website *Wonderful Indonesia*, Hotel Ollino Garden adalah hotel dengan 4 (empat) lantai berarsitektur semi klasik romawi modern. Dirancang dan diciptakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan konsep kenyamanan dan ketenangan secara alami. Berlokasi sangat strategis di jantung kota Malang, tidak jauh dari pusat perbelanjaan, instansi pemerintahan, terminal, stasiun kereta api ataupun pusat kegiatan bisnis lainnya. Sehingga sangat menunjang segala kegiatan konsumen baik yang berada di Malang karena urusan pekerjaan ataupun yang sedang berekreasi.

Salah satu keunggulan Hotel Ollino Garden juga terletak pada beberapa tipe ruangan yang dimiliki yang juga dikhususkan pada pasar sasaran yang ada. Beberapa jenis tipe ruangan dan fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Ollino Garden Malang dapat dilihat pada Tabel 1.1. Selain itu terdapat fasilitas- fasilitas pendukung lain yang dapat memudahkan para tamu hotel yang diharapkan juga akan membentuk suatu kepuasan tersendiri bagi tamu hotel saat berakomodasi di Hotel Ollino Garden Malang. Fasilitas- fasilitas yang dimiliki oleh Hotel Ollino Garden Malang dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.1
Tipe Ruangan Hotel Ollino Garden

| Room Type | Weekday | Weekend |
|-----------------|-----------|-----------|
| Superior Room | 380.000 | 380.000 |
| Moderate Room | 430.000 | 430.000 |
| Deluxe Room | 505.000 | 505.000 |
| Suite Room | 680.000 | 680.000 |
| President Suite | 1.300.000 | 1.300.000 |
| Romantic Room | 680.000 | 680.000 |
| Family Suite | 680.000 | 680.000 |
| Extra Bed | 120.000 | 120.000 |

Sumber: www.wisatamalang.com dan www.ollinogarden.com

Tabel 1.2
Fasilitas Hotel Ollino Garden

| Fasilitas Hotel Ollino Garden | |
|---------------------------------------|---------------------|
| Area parkir | Hot Spot |
| Ball Room dengan kapasitas 1000 orang | 4 Unit Meeting Room |
| Coffee Shop | Laundry |
| Restaurant | Mushola |
| Drug Store | |

Sumber: www.wisatamalang.com

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa betapa pentingnya kesadaran dalam pemberian pelayanan yang prima dalam bidang perhotelan untuk menciptakan sebuah kualitas pelayanan yang

baik dan mendapatkan dampak nyata yang positif yaitu kepuasan pelanggan. Maka, diperlukan penelitian mengenai cara pemberian kualitas pelayanan, pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh yang lebih dominan serta dampak yang diberikan diharapkan akan memenuhi tujuan dari kebijakan itu sendiri yaitu kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada pelanggan di Hotel Ollino Garden Malang).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari pemikiran dan latar belakang diatas, maka permasalahan yang diambil adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti nyata) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa di Hotel Ollino Garden Malang ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti nyata) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa di Hotel Ollino Garden Malang ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance*

(jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti nyata) secara dominan terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa di Hotel Ollino Garden Malang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitiannya adalah:

1. Mengetahui dan menjelaskan apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti nyata) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa di Hotel Ollino Garden Malang.
2. Mengetahui dan menjelaskan apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti nyata) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa di Hotel Ollino Garden Malang.
3. Mengetahui dan menjelaskan apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti nyata) secara dominan terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa di Hotel Ollino Garden Malang.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan diantaranya sebagai berikut:

1. Masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam penerapan kualitas pelayanan yang prima, khususnya yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Bagi mahasiswa, latihan dan berfikir logis dengan menerapkan ilmu dan teori- teori yang didapat di kehidupan nyata dan yang didapatkan selama di bangku kuliah.
3. Pertimbangan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian yang sama atau yang sejenis dengan penelitian penulis

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang uraian latar belakang suatu masalah, perumusan masalah yang menjadi dasar suatu penulisan, tujuan yang hendak dicapai, serta kontribusi yang dapat diperoleh dari hasil penelitian serta ditutup dengan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diungkapkan tentang kerangka dasar teori-teori dan pendapat yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diangkat dalam skripsi ini. Tinjauan pustaka dalam penelitian ini meliputi: Penelitian terdahulu, yang

digunakan sebagai gambaran perbandingan tentang penelitian skripsi tahun sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti, Pemasaran jasa, Hotel, Kualitas pelayanan, Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, Model konsep dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai metode yang digunakan dalam penelitian: Jenis Penelitian, Konsep Operasional dan Identifikasi Variabel, serta Pengukurannya, Sumber Data, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpulan Data, serta dikemukakan pula metode analisis yang digunakan untuk menganalisa dan menginterpretasikan data yang diperoleh.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, penyajian data yang diperoleh perusahaan, analisis dan interpretasi data yang berhubungan dengan masalah serta dikemukakan pula hasil dari pembahasan penelitian yang merupakan penjabaran dari metode analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari pembahasan dan saran yang diberikan sesuai dengan permasalahan yang ada.