

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam pembangunan ekonomi negara kita, sektor jasa menempati kedudukan yang sangat penting sehingga tidak bisa diabaikan begitu saja, dapat dilihat dari kontribusi atau sumbangan yang diberikan sektor tersebut dalam penampungan tenaga kerja, menciptakan pekerjaan dan sumbangan terhadap peningkatan pendapatan nasional. Salah satu sektor jasa yang memberikan sumbangan potensial bagi negara adalah sektor pariwisata. Untuk menunjang perkembangan sektor tersebut salah satunya adalah mengembangkan industri perhotelan.

Perkembangan industri perhotelan saat ini bertambah pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat diantara industri perhotelan, mereka berlomba-lomba menawarkan berbagai fasilitas, dan penyajian pelayanan sebaik mungkin untuk memberikan nilai tambah pada pelayanan yang ditawarkannya. Upaya tersebut dilakukan agar bertahan ditengah persaingan yang sangat ketat dan tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen, yang secara praktis akan memiliki konsumen yang loyal.

Salah satu contoh yang menunjang pembangunan pariwisata adalah pembangunan perhotelan, karena hotel merupakan tempat tinggal sementara bagi

wisatawan, baik dari dalam maupun luar negeri, saat ini kota Yogyakarta merupakan salah satu tempat tujuan wisata di Indonesia dimana sektor kepariwisataan saat ini merupakan program pembangunan yang sedang digalakkan oleh pemerintah, untuk itu Yogyakarta tidak mau ketinggalan dengan daerah-daerah lain dalam bidang kepariwisataan. Pada saat ini telah banyak ditemukan bangunan-bangunan hotel di Yogyakarta, oleh karena itu persaingan hotel pun semakin meningkat, sehingga semua hotel harus dapat membuat kebijaksanaan untuk kelangsungan hidup hotel itu sendiri ditengah persaingan yang terjadi pada saat ini.

Pemilik atau pengelola harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen serta harus mengutamakan kepuasan konsumen. Kebutuhan dan keinginan yang dirasakan sekarang akan berbeda dengan kebutuhan dimasa yang akan datang. Hal tersebut disebabkan karena adanya perubahan-perubahan seperti, perubahan selera, mode, gaya hidup, perubahan motivasi dan sebagainya, semua ini sangat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap suatu produk.

Perusahaan jasa, yang dalam hal ini jasa perhotelan, semakin menyadari bahwa peranan konsumen sangat penting dalam menentukan masa depan perusahaan mereka. Oleh karenanya perusahaan jasa khususnya industri perhotelan harus mengetahui bahwa setiap konsumen memiliki pandangan atau persepsi yang berbeda-beda mengenai jasa atau *service*. Jasa (*service*) adalah

aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Dengan memahami apa harapan dan keinginan konsumen dari suatu pelayanan atau jasa (*service*) maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi suatu industri perhotelan tersebut. Suatu pelayanan yang diberikan secara umum dan rutin adalah bentuk pelayanan biasa yang dilakukan oleh semua kegiatan usaha kepada konsumen. Hal tersebut merupakan bentuk usaha jasa (*service*) yang belum lengkap, tetapi apabila jasa tersebut disajikan dengan pelayanan-pelayanan khusus secara rutin dan dengan penyajian yang berbeda atau tidak biasa dari penyajian yang diberikan oleh usaha lainnya maka pelayanan tersebut membuat pelanggan atau konsumen mendapatkan lebih dari sesuatu yang diharapkan.

Terjadinya sikap pelanggan terhadap suatu produk akan diawali dengan melihat, mendengar, dan merasakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kegiatan yang dilakukan konsumen ditentukan oleh pemikiran dan tindakan. Dengan mengkaji kualitas pelayanan dan sikap konsumen, perusahaan akan mampu membaca keinginan dan kebutuhan konsumen, dengan begitu maka perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik sehingga memberikan dan membangun kepuasan bagi konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Masruri (2004) dengan judul "Membangun Kepuasan Pelanggan

..... Di M....."

dijelaskan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan pihak manajemen Metrodata terhadap dimensi kualitas pelayanan kepada para pelanggannya masih belum terpenuhi secara optimal, sehingga akan dapat mengakibatkan aspek kepuasan konsumen (harapan dan Kinerja) atas pelayanannya “belum memuaskan”, atau dibawah nilai 100%. Apakah hasil penelitian ini nantinya akan memberikan dampak yang sama atau tidak pada penelitian yang akan penulis lakukan sekarang ini dengan obyek penelitian yang berbeda, yaitu pada perusahaan jasa.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Di Yogyakarta”**.

B. Batasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan di Hotel Santika Jl. Jenderal Sudirman No. 19 Yogyakarta 55233.
2. Atribut Hotel Santika yang akan diteliti yaitu: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*.
3. Karakteristik yang digunakan terhadap tamu dalam penelitian ini berdasarkan usia, pekerjaan, intensitas dan jenis kelamin.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dijelaskan rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan terdiri dari *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* yang diberikan oleh Hotel Santika terhadap kepuasan konsumen.
2. Faktor apakah yang paling berpengaruh signifikan dari dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Hotel Santika.

D. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi atau menganalisa dimensi tingkat pelayanan *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* yang telah diberikan oleh Hotel Santika terhadap konsumen.
2. Mengidentifikasi faktor apa yang paling berpengaruh secara signifikan dari dimensi pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Merupakan tambahan pengetahuan yang sangat berharga dan sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama menjalani

pendidikan di Perguruan Tinggi, dan dengan penelitian ini dapat menambah pengetahuan khususnya dalam bidang perhotelan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai masukan, sehubungan dengan aplikasi pemasaran pada umumnya dan kepuasan konsumen pada khususnya, sehingga dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi, dan tulisan ilmiah yang bermanfaat.