

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang penelitian

Persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan saat ini semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Dari prespektif pemasaran pada situasi persaingan yang demikian, maka agar dapat keluar sebagai pemenang, manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, agar konsumen memiliki sifat loyal.

Strategi pemasaran yang lazim dikembangkan oleh pemasar adalah harga jual produknya, strategi promosinya dan bagaimana melakukan distribusi produknya kepada konsumen. Strategi ini berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Perusahaan yang menjalankan strategi dengan berorientasi kepada kepuasan pelanggan akan memperoleh keuntungan jangka panjang. Dengan demikian akan tercipta loyalitas pelanggan. Bahkan lebih jauh apabila konsumen merasa puas, maka akan menyampaikan kepuasannya itu kepada orang lain, dan inilah yang disebut sebagai pengaruh dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*).

Perusahaan menginginkan agar pelanggan yang sudah loyal terhadap perusahaan dapat dipertahankan selamanya. Ini bukan tugas yang mudah

mengingat perubahan-perubahan yang dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada pelanggan maupun perubahan kondisi lingkungan sehingga upaya-upaya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan harus tetap ditingkatkan. Upaya-upaya pemasaran yang dilakukan adalah dengan membangun citra positif perusahaan dan memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal agar tercipta loyalitas pelanggan. Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan dapat dijadikan dasar untuk pembangunan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Upaya membangun citra yang positif dimata pelanggan dan pencipta kepuasan serta loyalitas pelanggan harus selalu diikuti dengan evaluasi terhadap tingkat kepuasan loyalitas yang dicapai oleh pelanggan. Hal ini sangat diperlukan karena dengan mengetahui tingkat kepuasan atau loyalitas konsumennya, manajemen perusahaan akan dapat menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan pada yang akan datang dengan baik.

Sutisna (2001) menyatakan bahwa citra adalah total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan terhadap kinerja, fungsi harapan dan kinerja, yaitu produk / layanan yang sesuai atau melampaui harapannya (Kotler, 2000). Citra dan kepuasan pelanggan merupakan factor penting yang menentukan keberhasilan pemasaran suatu perusahaan. Dengan citra yang positif maka pelanggan akan puas, dengan kepuasan pelanggan akan tercipta loyalitas pelanggan dan memberikan keuntungan bagi perusahaan, tetapi jika citra perusahaan buruk maka

konsumen akan kecewa. Konsumen yang kecewa cenderung berpindah ke perusahaan lain sehingga perusahaan mengalami kerugian.

Saat ini pemasaran jasa menjadi kajian dalam penelitian yang sangat menarik dan cukup menantang untuk diteliti lebih mendalam. Salah satu perusahaan yang beroperasi dibidang jasa terutama dibidang perhotelan adalah Hotel Seno yang terletak di jalan Jogokaryan No. 26 Yogyakarta.

Mengingat semakin meningkatnya persaingan dibidang perhotelan, penting bagi sebuah hotel untuk dapat mempertahankan citra yang sudah melekat baik dibenak konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan hotel tersebut untuk dapat mempertahankan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Maka, dalam skripsi ini penulis mengambil judul : **“ANALISIS PENGARUH CITRA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HOTEL SENO YOGYAKARTA”**.

B. Batasan Masalah Penelitian

Dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Factor-faktor Citra yang diteliti adalah atribut citra dan holistic (citra keseluruhan) antara lain penampilan fisik (kebersihan, kerapian, kenyamanan), perilaku karyawan, harga dan reputasi.
2. Faktor-faktor Kepuasan pelanggan yang diteliti adalah kepuasan pelanggan terhadap bagian penerima tamu, kualitas pelayanan, kebersihan, kerapian dan kenyamanan, fasilitas hotel.

3. Faktor-faktor loyalitas pelanggan yang diteliti adalah loyalitas pelanggan terhadap penggunaan kembali jasa hotel, kemauan merekomendasikan keorang lain, komentar positif, mendorong orang lain untuk menggunakan jasa yang sama, terus menggunakan jasa hotel ini walaupun ada penawaran lain.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Apakah ada pengaruh citra dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Seno Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

Pengaruh citra dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Seno Yogyakarta

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah:

1. Bagi Penulis

Untuk menerapkan dan menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya loyalitas pelanggan sebagai pendukung dalam

mengembangkan ilmu yang kemudian diterapkan dalam praktek nyata didalam masyarakat.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan yang mungkin berguna untuk penetapan strategi dan program pemasaran guna perkembangan perusahaan.

3. Bagi Akademisi

Sebagai bahan pembandingan dan referensi untuk penelitian yang permasalahannya sama dengan penelitian ini.