

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat mendorong perusahaan bersaing dalam menghadapi setiap perubahan lingkungan bisnis. Untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Pelanggan memang harus dipuaskan, jika pelanggan tidak puas akan beralih menjadi pelanggan pesaing, dengan demikian akan berpengaruh signifikan pada target penjualan perusahaan dan berakibat pada tingkat pendapatan serta jika tidak diantisipasi akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan konsep penting dalam pemasaran dan penelitian konsumen. Melihat tingginya tingkat kepentingan pada pemasaran, kepuasan konsumen telah menjadi subyek dari beberapa penelitian konsumen yang cukup gencar oleh perusahaan yang berwawasan pelanggan .

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 1997). Jadi tingkat kepuasan pelanggan adalah fungsi dari perbedaan

Kepuasan pelanggan dibentuk oleh

pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman atau janji dari informasi pemasar.

Perhotelan merupakan salah satu bisnis yang bersifat global, sehingga dihadapkan pada kompetisi yang sangat kuat dan terbatasnya kemungkinan berkembang. Maturitas perhotelan ditunjukkan dengan tingkat hunian dan keuntungan rata-rata yang statis sejak periode 1980an. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam suatu usaha, adapun faktor-faktor pembentuk kepuasan pelanggan antara lain: kualitas pelayanan, fasilitas dan harga, pelayanan tambahan (Ernest & Young dalam Suhartanto, 2001).

Kualitas barang atau jasa semata-mata ditentukan oleh konsumen, sehingga kepuasan konsumen banyak dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik kepada konsumen. Konsumen yang puas merupakan harapan yang penting bagi perusahaan perhotelan, karakteristik "*high-contact service*" serta tingkat kompetisi yang tinggi pada perusahaan perhotelan. Konsumen yang sangat puas mendorong adanya pembelian ulang yang pada akhirnya konsumen menjadi loyal (Gunderson & Olsson dalam Suhartanto, 2001).

Pemaparan wacana yang menyatakan penting kepuasan pelanggan bagi perusahaan, penulis tertarik untuk memilih judul penelitian yaitu: **"Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Berperilaku Konsumen Di Hotel Brongto Yogyakarta"**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor dimensi kepuasan pelanggan (kualitas pelayanan, fasilitas dan harga, serta pelayanan tambahan) berpengaruh terhadap niat berperilaku konsumen Hotel Brongto Yogyakarta ?

B. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada lingkup tertentu. Adapun batasan-batasan yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Responden yang dipilih adalah konsumen yang menginap di Hotel Brongto Yogyakarta.
2. Karakteristik yang diobservasi meliputi jenis kelamin, umur dan tujuan tinggal di hotel.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat berperilaku konsumen di Hotel Brongto Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dan wawasan peneliti serta

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi perusahaan dalam memantau kepuasan konsumen.

3. Pihak Lain

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran

bagi pihak lain yang menghadapi bidang ini