

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi sekarang ini pertumbuhan industri penginapan jasa semakin pesat, dikarenakan daya konsumsi konsumen dalam memakai produk jasa semakin tinggi. Oleh karena itu perusahaan jasa penginapan berlomba-lomba untuk saling bersaing sebagaimana persaingan dalam ekonomi dan industri. Bagi perusahaan dituntut mampu bersaing untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dalam industri penginapan yang sekarang semakin marak dijumpai di kota-kota besar atau kota-kota kecil, apalagi ditunjang dari tempat wisatanya dan tempat dalam berbisnis yang mendukung untuk berkembangnya usaha dibidang industri penginapan.

Hal ini terbukti pertumbuhan industri penginapan atau perhotelan sangat pesat dilihat dari semakin banyaknya bisnis penginapan jasa hotel tumbuh sangat cepat. Industri perhotelan tersebut semakin berkembang dan ditunjang oleh banyaknya tempat wisata maupun tempat untuk berbisnis di berbagai kota. Wisata dan bisnis juga merupakan salah satu sumber perekonomian negara. Dengan semakin banyaknya kota wisata dan kota bisnis dengan tempat wisata maupun berbisnis yang menarik dan menjajikan, maka perhotelan pun semakin banyak dibangun. Industri perhotelan tersebut bukan hanya memberikan akomodasi penginapan. Tapi di dalamnya ada banyak jasa yang ditujukan khusus oleh orang-orang yang menginap. Fasilitas hotel biasanya disesuaikan dengan bilangan

bintang pada hotel tersebut. Semakin bertambahnya bilangan bintang pada suatu hotel, maka semakin bertambah pula fasilitas yang diberikan kepada masyarakat yang menginap di suatu hotel. Sudah sejak lama industri perhotelan dianggap sebagai suatu industri yang menguntungkan dan juga selalu mengalami perkembangan. Karena hotel dan penginapan memang selalu dibutuhkan oleh para pelancong yang mendatangi suatu kota tertentu.

Akan tetapi masih banyak industri penginapan jasa yang mendapatkan komplain dari pelanggan tentang pelayanannya yang masih kurang maksimal dalam melayani pelanggan, oleh karena itu pihak perusahaan dalam bidang usaha jasa mengutamakan pelayanan prima (*service excellent*) yaitu pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan pelanggan, agar pelanggan loyal kepada perusahaan.

Di dalam memberikan pelayanan prima (*service excellent*) mempunyai kualitas yang memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat perusahaan dalam jangka panjang, ikatan seperti ini meningkatkan perusahaan untuk mengetahui dengan seksama akan kebutuhan dan harapan konsumen. dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan dan sekaligus dapat memaksimumkan pelayanan pelanggan yang menyenangkan pada gilirannya kepuasan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Dalam kondisi persaingan yang kian ketat tersebut hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan konsumen dan bagaimana perusahaan melakukan strategi yang berorientasi pada kepuasan konsumen untuk memberikan pelayanan yang berkualitas karena ini merupakan strategi yang tepat untuk berhasil dan bertahan. Faktor pelayanan akan berpengaruh pada konsumen maka hal itu dapat dilakukan perusahaan agar dapat meraih manfaat besar sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sejenis.

Karena faktor pelayanan prima (*service excellent*) akan berpengaruh langsung terhadap pelanggan (konsumen), maka bila hal itu dapat diaplikasikan perusahaan akan dapat mendapatkan manfaat besar sehingga akan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang usaha penginapan jasa. Maka dari itu saya tertarik untuk mengambil judul skripsi :

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Country Heritage Resort Hotel Surabaya“.

1.2 Permasalahan dan Perumusan Masalah

1.2.1 Permasalahan

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah kurang maksimalnya kepuasan yang diperoleh konsumen, disebabkan karena pelayanan prima (*service excellent*) yang mencakup faktor *Attitude* (sikap), *Attention* (perhatian), *Action* (tindakan), *Appearance* (Penampilan), dan *Accounttability* (Tanggung jawab) belum optimal.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membuat perumusan masalah sebagai berikut:

“Apakah pelayanan prima mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Country Heritage Resort Hotel?”

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan dilaksanakan Penelitian:

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan prima (*service excellent*) terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Country Heritage Resort Hotel.
- b. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan prima (*service excellent*) yang meliputi *attitude*, *attention*, *action*, *appearance* dan *accounttability* mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

- a. Untuk memberikan masukan dan bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan agar dapat diaplikasikan oleh perusahaan kedepannya.
- b. Sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan produk jasa yang sudah ada dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

2. Bagi Mahasiswa

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pelayanan prima yang dilakukan oleh mahasiswa tentang pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di hotel. Dapat dijadikan pemicu dan dorongan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mahasiswa dalam pelayanan jasa pada industri perhotelan.
- b. Dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku kuliah kedalam dunia kerja nyata.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat memberi tambahan referensi dan tambahan informasi pengetahuan tentang pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan sehingga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan selanjutnya.

1.4 Kerangka Pemikiran

Pelayanan prima menurut (Barata, 2004) adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan.

Dalam hal ini Country Heritage Resort Hotel Surabaya menyediakan jasa penginapan untuk membantu dan mempermudah konsumen membutuhkan penginapan dalam mengkonsumsi produk jasa yang diutamakan adalah pelayanan, agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Pada dasarnya kepuasan pelanggan dalam ekonomi manajerial berkaitan dengan pemilikan, penggunaan,

konsumsi, dan manfaat dari mutu produk itu yang akan mencerminkan kemampuan kualitas untuk memberikan kepuasan total kepada pelanggan yang menggunakan jasa penginapan.

Salah satu faktor yang dapat menunjang pertumbuhan suatu perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan akan membeli kembali barang atau jasa perusahaan.

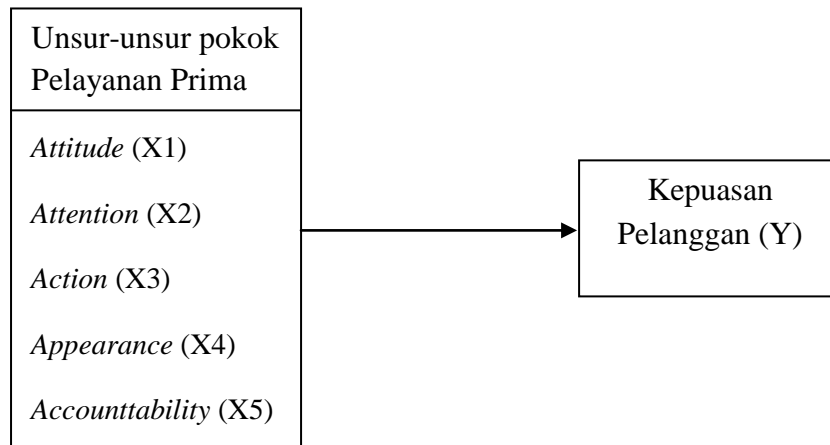
Menurut Kotler dan Armstrong (1997:18) “Kepuasan pelanggan sejauhmana anggapan kinerja produk dan jasa lebih rendah ketimbang harapan konsumen atau pelanggan, maka konsumen merasa tidak puas dan prestasi sesuai atau melebihi harapan maka konsumennya merasa puas atau sangat gembira”.

Jadi dapat disimpulkan kepuasan merupakan ungkapan perasaan senang atau kecewa terhadap kinerja produk atau jasa yang dirasakan oleh konsumen seseuai dengan harapannya, terhadap produk atau jasa tersebut. Untuk mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli produk perusahaan harus menitik beratkan perhatian.

Hubungan antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan yaitu salah satu cara utama untuk menempatkan suatu perusahaan jasa penginapan agar lebih unggul dengan memberikan pelayanan yang baik (mutu) dibandingkan dengan para pesaingnya, kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (kepuasan) sasaran mengenai mutu jasa, jadi jelas kepuasan pelanggan akan terpenuhi bila mereka memperoleh apa yang mereka inginkan tepat dan cepat sesuai harapan mereka.

Atas dasar tersebut maka pengaruh dari masing-masing variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan dapat digambarkan dalam model paradigma seperti ditunjukkan dibawah ini:

Gambar 1.1 Unsur-unsur pokok Pelayanan Prima



Sumber: Barata (2004) pelayanan prima

1.5 Hipotesis

Berdasarkan uraian dan permasalahan, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka dikemukakanlah hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis mayor

Ada pengaruh variabel kualitas pelayanan prima (*attitude*, *attention*, *action*, *appearance* dan *accountability*) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Country Heritage Resort Hotel.

2. Hipotesis minor

- a. Ada pengaruh variabel *Attitude* (sikap) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Country Heritage Resort Hotel.
- b. Ada pengaruh variabel *Attention* (perhatian) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Country Heritage Resort Hotel.

- c. Ada pengaruh variabel *Action* (tindakan) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Country Heritage Resort Hotel.
- d. Ada pengaruh variabel *Appearance* (penampilan) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Country Heritage Resort Hotel.
- e. Ada pengaruh variabel *Accounttability* (tanggung jawab) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Country Heritage Resort Hotel.
- f. Ada pengaruh dominan *Attitude* (sikap) yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan hotel di Country Heritage Resort Hotel

1.6 Definisi Konsep

Dalam memberikan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan , pihak produsen jasa dapat berpedoman pada pelayanan prima (*service excellent*) yang di jelaskan oleh beberapa penulis.

Menurut Barata (2004: 31) pelayanan prima (*service excellent*) adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfalisasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan, yang terdiri dari lima unsur pokok, maka konseptualisasi variabelnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (X)

Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfalisasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan Barata (2004:31).

Sedangkan faktor pelayanan prima yang dimaksudkan di sini adalah:

a. *Attitude* (X_1)

Attitude (sikap) yaitu sikap yang baik, ramah, penuh simpatik, dan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan.

b. *Attention* (X_2)

Attention (perhatian) yaitu tindakan untuk memperhatikan keinginan pelanggan serta fokus dalam menciptakan kepuasan konsumen.

c. *Action* (X_3)

Action (tindakan) yaitu melakukan tindakan dalam memenuhi prinsip cepat, tepat, hemat dan selamat, guna mewujudkan apa yang diharapkan oleh konsumen.

d. *Appearance* (X_4)

Appearance (penampilan) yaitu penampilan seseorang ,baik yang bersifat fisik saja maupun non fisik ,yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

e. *Accounttability* (X_5)

Accounttability (tanggung jawab) yaitu suatu sikap keberpihakan kepada konsumen sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan konsumen.

2. Variabel terikat (Y)

Kepuasan konsumen adalah dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk jasa yang dikonsumsi.

1.7 Definisi Operasional

Adapun definisi operasional menurut Barata (2004: 31) dari variabel pelayanan prima (service excellent) yang meliputi (*attitude, attention, action, appearance* dan *accountability*), tersebut adalah sebagai berikut:

a. Variabel Pelayanan Prima (X) meliputi berbagai variabel – variabel berikut:

1. Variabel *Attitude* (X₁)

Dalam variabel ini diukur dengan menggunakan indikator :

- Selalu menggunakan tutur bahasa yang baik disertai dengan senyuman
- Menghargai pelanggan harus bersikap sopan santun
- Selalu menyapa pelanggan dengan ramah tamah

2. Variabel *Attention* (X₂)

Dalam variabel ini diukur dengan menggunakan indikator:

- Mencerahkan perhatian penuh kepada para pelanggan
- Mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh keinginan para pelanggan
- Menawarkan bantuan tanpa menunggu diminta kepada para pelanggan

3. Variabel *Action* (X₃)

Dalam variabel ini dapat diukur dengan menggunakan indikator:

- Memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap
- Mewujudkan kebutuhan para pelanggan
- Melaksanakan permintaan pelanggan dengan tepat

4. Variabel *Appearance* (X_4)

Dalam variabel ini dapat diukur melalui indikator:

- Kemampuan cara berpakaian dengan rapi
- Kemampuan menjaga penampilan dengan baik
- Mampu menjaga kebersihan pakaian dengan baik kepada pelanggan

5. Variabel *Accounttability* (X_5)

Dalam variabel ini dapat diukur melalui indikator:

- Kemampuan dalam melakukan tugas yang dikerjakan
- Kemampuan dalam menjaga kerahasiaan pelanggan
- Mampu bertanggung jawab dalam meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan

b. Variabel kepuasan pelanggan (Y)

Dalam variabel ini diukur melalui indikator:

- Harapan konsumen tercapai sehingga konsumen merasa puas
- Kinerja dalam memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen
- Kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Ditinjau dari penarikan data maka jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam menyusun skripsi, menurut Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1995:3) penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu

populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. sebagai alat pengumpulan data.

1.8.2 Populasi

Dalam penelitian ini populasinya mencakup keseluruhan dari banyaknya reponden yang digunakan sebagai sampel. Menurut Sutrisno Hadi (1992:45) adalah bagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu dan jumlahnya lebih kecil dari populasi, sebenarnya tidaklah ada suatu ketetapan yang mutlak, beberapa persen sampel harus diambil dalam suatu populasi.

1.8.3 Teknik Penentuan Sampel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik yang digunakan oleh peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya, menurut Sugiyono (2011:118-127) teknik *purposive sampling* adalah suatu pengambilan sampel secara tidak acak dan didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan yang dikehendaki, yaitu responden adalah pengguna jasa layanan di Country Heritage Resort Hotel.

Pada penelitian ini diambil sample sebanyak 100 konsumen yang dianggap mewakili populasi. Penelitian ini tidak meneliti seluruh konsumen tetapi hanya sebagian dari konsumen yang beberapa kali menggunakan jasa penginapan.

1.8.4 Sumber Data

a. Data primer

Data yang diambil dari penelitian berdasarkan hasil jawaban responden tertentu variabel yang mempunyai kepuasan konsumen.

b. Data sekunder

Data yang didapat dari lembaga yang bersangkutan dengan penelitian dalam hal ini adalah perusahaan.

1.8.5 Metode Pengumpulan data

a. Interview

Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung dengan beberapa karyawan perusahaan sehingga penulis mendapatkan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah dan pembahasan skripsi ini.

b. Kuesioner

Suatu cara untuk memperoleh data dan informasi dengan jalan membuat sejumlah pertanyaan yang ditujukan pada responden.

c. Studi kepustakaan

Penulis mencari teori dari perkuliahan maupun literatur yang dapat dijadikan landasan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan.

1.8.6 Uji Instrumen

Di dalam menindaklanjuti dari penelitian ini maka disini peneliti akan menyajikan data yang diperoleh dari penjabaran daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden untuk dijawab. Untuk keperluan analisis data, peneliti akan memberikan alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden atas pernyataan dari variabel bebas yaitu pelayanan prima dalam variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. dari variabel tersebut akan diberi nilai atau skor yang ditetapkan oleh penulis.

Dengan demikian untuk mendapatkan hasil yang tepat dari pengujian hipotesis terlebih dahulu peneliti melakukan uji validitas dan uji realibilitas yang dipakai sebagai alat ukur untuk mengetahui bahwa data tersebut benar-benar valid dan reliabel.

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur sah/validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini membandingkan nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Apabila besarnya nilai total koefisien item pertanyaan masing-masing variabel melebihi nilai signifikansi maka pertanyaan tersebut tidak valid. Nilai signifikansi harus lebih kecil dari 0,05 (Ghozali, 2001) maka item pertanyaan baru dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur tersebut dapat dipercaya. Kehandalan berkaitan dengan seberapa jauh suatu alat ukur konsisten apabila pengukuran dilakukan secara berulang dengan sampel yang berbeda-beda. Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach alpha* (α). Suatu konstruk /variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) $> 0,60$ (Nunnally dalam Ghozali, 2001).

1.9 Metode Analisis Data

a. Analisa kuantitatif

Analisis data dengan menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan komputer program SPSS dengan model analisis sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

Y	=	Kepuasan konsumen
a	=	Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	=	Koefisien regresi
X_1	=	Variabel <i>Attitude</i>
X_2	=	Variabel <i>Attention</i>
X_3	=	Variabel <i>Action</i>
X_4	=	Variabel <i>Appearance</i>
X_5	=	Variabel <i>Accountability</i>
e	=	Faktor Penghambat

Selanjutnya di dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan uji yaitu :

1. Analisis koefisien korelasi parsial (r)
Untuk mengetahui hubungan masing-masing variabel (X) terhadap variabel (Y) yang ditunjukkan nilai koefisien korelasi parsial.
2. Analisis koefisien determinasi (R^2)
Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas yaitu pelayanan (X) dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).
3. Uji t
Untuk mengetahui signifikan sebuah tafsiran peramalan secara individu atau seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
4. Uji F
Untuk mengetahui signifikan sebuah tafsiran parameter secara bersama-sama artinya seberapa besar variabel bebas (X) terhadap variabel Y secara bersama-sama.

b. Analisa kualitatif

Berisikan data yang bersifat uraian berdasarkan teori – teori atau hal – hal yang sudah diakui kebenarannya untuk mendukung data analisis kuantitatif.

1.10 Sistematika Penulisan

BAB.I : Pada Bab ini tentang Pendahuluan, yang berisi mengenai latar belakang masalah, permasalahan, dan perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kerangka pikiran, yang terbagi menjadi lima bagian diantaranya adalah tujuan penelitian, hipotesis, definisi konsep, definisi operasional, metode penelitian dan yang terakhir adalah sistematika pembahasan.

BAB.II : Landasan teori, yang berisi tentang pengertian manajemen pemasaran, pengertian pemasaran, pengertian manajemen pemasaran jasa, pengertian jasa, karakteristik jasa, pengertian pelayanan jasa, pengertian kualitas pelayanan, pengertian pelayanan prima, pengertian kepuasan, pengertian pelanggan, pengertian kepuasan pelanggan, penelitian sebelumnya.

BAB.III : Mengenai Tinjauan Umum Obyek Peneliti, yang berisi sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, klasifikasi hotel, struktur organisasi, uraian tugas, pelayanan prima yang sudah dilakukan dan data pesaing hotel.

BAB.IV : Mengenai Penyajian, Analisa dan Interpretasi Data, yang berisi penyajian data dan selanjutnya akan diuraikan dan dibahas tentang analisis data dan interpretasi data serta pembahasan.

BAB.V : Mengenai Kesimpulan dan Saran, yang berisi kesimpulan pada saat penelitian dan saran untuk masukan bagi perusahaan, untuk mahasiswa dan peneliti selanjutnya.