

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pekembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin survive harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Perilaku konsumen merupakan suatu

kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah – tamahan dan ketrampilan staff / karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (intangibility) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perkembangan jumlah hotel di Surabaya yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan di Surabaya menjadi sangat ketat. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel untuk memperoleh konsumen sebanyak – banyaknya. Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan.

Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan – pelayanan lain untuk umum. Saat ini seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan sebagai sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan

diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan – perubahan ini. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Layanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan layanan yang buruk. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning service*, dan lain-lain. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Unggulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan. Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah

konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Konsumen dalam hal ini merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya, dan tingkat ekonomi. Dengan dilatar belakangi oleh beberapa teori, penelitian sebelumnya dan fenomena masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Inna Simpang Surabaya.

### **1.2.Rumusan masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Inna Simpang Surabaya?
2. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Inna Simpang Surabaya?
3. Manakah diantara kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Inna Simpang Surabaya?

### **1.3. Tujuan penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Hendak membuktikan dan menganalisis hubungan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Hotel Inna Simpang Surabaya
2. Hendak membuktikan dan menganalisis hubungan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Inna Simpang Surabaya.
3. Hendak membuktikan dan menganalisis hubungan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Inna Simpang.

### **1.4. Manfaat penelitian**

#### **1. Manfaat bagi Universitas**

Untuk menambah bahan keputustakaan sehingga dapat dibaca oleh setiap orang yang berminat dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran.

#### **2. Manfaat bagi perusahaan**

Untuk memberikan masukan bagi pihak manajemen hotel akan pentingnya layanan dan fasilitas yang berkualitas bagi kepuasan konsumen karena dengan adanya kepuasan konsumen otomatis akan meningkatkan keuntungan hotel sehingga hotel tersebut dapat unggul dalam persaingan.

### **3. Manfaat bagi penulis**

Sebagai bahan perbandingan antara teori yang diterima di bangku kuliah dengan permasalahan yang ada. Serta untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi.