BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era bisnis saat ini, persaingan semakin ketat. Ketatnya persaingan menuntut para pelaku bisnis untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di dunia pasar. Perusahaan harus dapat memperlajari dan mengerti kebutuhan yang di inginkan pelanggan atau konsumen, hal tersebut dapat menjadi acuan dalam merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Jika perusahaan mampu memahami kebutuhan pelanggan maka strategi pemasaran yang telah dibuat oleh perusahaan sudah dapat dikatakan berhasil dalam membuat pelanggan puas terhadap hal yang dilakukan oleh perusahan dan mampu menghadapi pesaingan.

Persaingan di bidang bisnis dapat dikatakan sangat ketat dan terus mengalami perubahan seiring dengan perubahan teknologi dan budaya, perkembangan dalam dunia usaha serta kebutuhan pelanggan. Bisnis merupakan keseluruhan aktivitas bisnis yang berkaitan dengan penjualan dan pemberian layanan kepada konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Agar bisa berhasil dalam bisnis, pelaku bisnis harus dapat menawarkan promosi yang tepat, dengan layanan yang berstandar dan menjamin kualitas.

TABEL 1.1 DATA WAWANCARA HOTEL SAE INN KENDAL

No	Tanggal	Responden /Pengunjung hotel	Pertanyaan	Tanggapan Respondent
1	3/3/20	Suartono	Apakah kualitas layanan di Hotel Sae Inn Kendal sudah memuaskan?	Tidak karena saya datang ke hotel hanya untuk kepentingan meeting kerja dengan client saja.
2	3/3/20	Wiranti Puji	Apakah citra perusahaan di Hotel Sae Inn Kendal sudah memuaskan?	Sangat memuasakan, karena citra perusahaan yang baik sangat berpengaruh pada *mindset* pelanggan
3	3/3/20	Arya Gunawan	Jika anda merasakan puas dengan Hotel Sae Inn Kendal apakah anda datang kembali saat berkunjung ke Kendal ?	Ya saya sangat memprioritaskan Hotel Sae Inn Kendal
4	3/3/20	Ardiyansyah Putra	Apakah kualitas layanan di Hotel Sae Inn Kendal sudah memuaskan?	Tidak karena saya datang ke hotel hanya untuk kepentingan meeting kerja dengan client saja.
5	3/3/20	Adelina Astuti	Apakah citra perusahaan di Hotel Sae Inn Kendal sudah memuaskan?	Sangat memuasakan, karena citra perusahaan yang baik sangat berpengaruh pada *mindset* pelanggan
6	3/3/20	Sonia Putri	Jika anda merasakan puas dengan Hotel Sae Inn Kendal apakah anda datang kembali saat berkunjung ke Kendal ?	Ya saya sangat memprioritaskan Hotel Sae Inn Kendal

Kualitas layanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Layanan disini adalah segala macam bentuk layanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi layanan 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. Pernyataan ini juga diperkuat oleh (Zeithaml, 1996) yaitu "a customer's judgment of the overall excellence or superiority of a service". Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Ungulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan.

Produk yang kita tawarkan kualitas pelayanan harus sangat 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 sebagi pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap

fasilitas yang tersedia. Menurut Tjiptono (2006) Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa dan citra perusahaan.

Citra perusahaan didefinisikan sebagai kesan tertentu yang tertanam dalam ingatan pelanggan terhadap perusahaan tersebut (Keller, 1993). Zeithaml dan Bitner (1996) mendefenisikan citra sebagai kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pelanggan tentang layanan yang ditawarkan oleh sebuah hotel. Baric dan Kotler (1991) dalam Clemens (2009) mendefenisikan citra sebagai keseluruhan kesan yang ada dalam benak masyarakat yang terkait dengan perusahaan.

Menumbuhkan loyalitas pelanggan harus diawali dengan pihak hotel menuntut karyawannya loyal dalam bekerja serta tanggung jawab untuk terciptanya keberhasilan hotel. Pengaruh citra perusahaan terhadap dampaknya loyalitas pelanggan oleh Prabowo (2010) menyatakan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berbeda dengan hasil dari Hidayat dan Firdaus (2014) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas.

Menurut Sitohang dan Riskayanti (2016) menyatakan bahwa Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifkan terhadap loyalitas. Menurut Normasari (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut azizah (2012) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan kerberhasilan dari suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan menigkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Loyalitas konsumen sangat penting bagi perusahaan baik jasa maupun produk (barang) karena loyalitas dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Semakin tinggi loyalitas semakin mudah menjaga agar konsumen tetap bahagia (Aaker, 2013:207) akan tetapi apabila perusahaan tidak loyal terhadap konsumen suatu perusahaan, maka dipastikan mereka akan berpaling ke produk lain, untuk mempertahankan loyalitas konsumen ada cara untuk meningkatkan loyalitas konsumen yaitu memberikan kualitas layanan yang baik, yang diharapkan dapat membuat konsumen untuk kembali melakukan transaksi (Shandy, Semuel, Karina, Brahmana, 2014:4).

Hotel Sae Inn memakai konsep tradisional tapi internasional, yakni hotel dengan pelayanan "Njawani" namun dengan interior

modern.General Manager Sae Inn Titik Wahyuni, mengatakan didirikannya hotel di Kendal bertujuan untuk memberikan warna baru terhadap dunia perhotelan di Kota Beribadat ini.Sebab, menurut Titik Wahyuni, selama ini Kendal belum memiliki hotel berbintang, padahal lokasi Kendal cukup strategis."Kami harap Sae Inn bisa menjadi pilihan baru bagi yang sedang menuju ke arah Surabaya, namun butuh hotel representatif yang bisa segera diakses sementara untuk mencapai Semarang masih jauh," kata Saharjo.Kehadiran Sae Inn juga disambut baik oleh Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Kendal. Ketua PHRI Kendal, Sugiharno, mengaku kehadiran Sae Inn menambah gairah baru dunia perhotelan di Kendal.

Pemerintah Kabupaten Kendal yang selama ini kesulitan mencari tempat untuk rapat kini dimudahkan dengan hadirnya Sae Inn."Kami menyambut baik, dan tidak merasa ada persaingan apa-apa. Justru akan memancing tumbuhnya investasi perhotelan," ujarnya.Sae Inn memiliki kamar termurah dengan tipe deluxe, yakni Rp 450 permalam. Pada tingkatan berikutnya terdapat kamar tipe superior dengan tarif Rp 550 ribu permalam, lalu kamar tipe suite Rp 750 ribu permalam.Tipe paling tinggi, premiere suite, bertarif Rp 1,2 juta semalam. Sae Inn memiliki fasilitas berupa ball room, kolam renang, restoran, dan kafe. Mengenai target okupansi di tahun pertama, Titik Wahyuni menegaskan hotelnya mengincar pengunjung sebanyak mungkin."Dengan berdirinya KIK, kami harap investor dan pengusaha

yang datang ke Kendal tidak memilih menginap di Semarang, karena Kendal sudah punya hotel berbintang sendiri," pungkasnya.

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. Kotler dan Amstrong (2004) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Sae Inn merupakan hotel bintang 3 pertama di kendal yang tentunya akan memiliki fasilitas yang lebih mewah dari hotel lainnya, hal ini akan lebih memberikan pilihan bagi para pelanggan yang sebelumnya hanya memiliki pilihan terbatas. Sae Inn juga dapat menjadi tempat penyambutan atau tempat menginap tamu penting seperti pejabat atau artis. Memiliki fasilitas lengkap seperti ruang meeting juga pastinya akan menjadi opsi untuk para pelanggan dalam mengadakan kegiatan pertemuannya.

Disamping itu letak hotel yang berada di jalan Jl. Soekarno Hatta No. 338, Pekauman sangat strategis dan berada dekat dengan pusat kota yaitu alun – alun kota kendal, para pelanggan dari luar kota yang

bertujuan untuk berlibur pastinya sangat di mudahkan untuk berpergian ke tempat – tempat wisata di kendal.

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah kualitaspelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Sae Inn Kendal ?
2. Apakah citra berpengaruh terhadap kepuasan Hotel Sae Inn Kendal ?
3. Apakah layanan kualitas berpengaruh terhadap loyalitas konsumen kepada Hotel Sae Inn Kendal ?
4. Apakah citra berpengaruh terhadap loyalitas Hotel Sae Inn Kendal ?
5. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas Hotel Sae Inn Kendal ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen Hotel Sae Inn di kota Kendal.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen Hotel Sae Inn Kendal.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Sae Inn Kendal.
4. Untuk menganalisis pengaruh citra terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Sae Inn Kendal.

5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada Hotel Sae Inn Kendal.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti karena dapat memperluas pengetahuan serta dapat menguji teori-teori yang diperoleh selama bangku perkuliahan tentang yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan pengaruh pelayanan, pengaruh promosi, dan pengaruh lokasi.

2. Bagi Hotel Sae Inn Kendal

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan atau kebijakan yang berkaitan dengankepuasan pelanggan.