

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam persaingan usaha jasa, khususnya hotel. Kualitas layanan memegang peran utama dalam hal memenuhi loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan akan diwujudkan dalam bentuk pemuasan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian jasa. Kualitas layanan disini adalah segala bentuk layanan yang diberikan pihak hotel selama tamu berada dihotel meliputi layanan *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning services*serta fasilitas. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas.

Semakin bagus fasilitas semakin mampu memuaskan pelanggan, semakin puas pelanggan akan memunculkan citra positif. Citra merek (*brand image*) merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dalam benak pelanggan oleh karakteristik merek, nama, simbol, kemasan, dan reputasi untuk jasa (*Arnold, 1996*). Terdapat citra gambaran yang dibangun oleh perusahaan di mata pelanggan sehingga mampu membentuk persepsi bagi pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan (*Zeithaml dan Bitner, 1996*). *Kotler(2002:198,206)* mengatakan dalam pelanggan mengembangkan sekumpulan keyakinan merek tentang dimana posisi setiap merek dalam masing-masing atribut dari sebuah produk. Kumpulan keyakinan atas suatu merek membentuk citra merek. Citra merek pelanggan akan berbeda-beda karena perbedaan pengalaman mereka yang disaring oleh dampak persepsi

selektif (sebuah proses sebagian besar rangsangan karena seseorang tidak mungkin menerima rangsangan), distorsi selektif (kecenderungan orang untuk mengubah informasi menjadi bermakna pribadi dan menginterpretasikan informasi itu dengan cara yang akan mendukung prakonsep seseorang), dan ingatan selektif (ingatan seseorang sebagai informasi yang cenderung dipelajari dan diingat yang menyokong pandangan dan keyakinan). Norma (1991) menambahkan bahwa citra mempengaruhi pikiran pelanggan yang diperoleh dari iklan, *public relations*, *citra fisik*, *word of mouth*, pengalaman nyata pelanggan terhadap penggunaan barang jasa. Selanjutnya, menurut Kandampully dan Suhartono (2000), citra akan mempengaruhi perilaku membeli seseorang, yang selanjutnya akan dapat menunjukkan pelanggan berperilaku setia terhadap barang atau jasa tersebut atau tidak. Uraian diatas menunjukkan pentingnya kepuasan pelanggan dan citra merek sebuah perusahaan untuk meraih tujuan perusahaan, sehingga mampu mendorong pelanggan membeli ulang jasa yang ditawarkan perusahaan dan menjadi pelanggan setia dari perusahaan tersebut. Hal ini mendorong untuk melakukan penelitian terhadap industri perhotelan.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga,

mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (*Fornell, 1992*).

Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (*Zeithaml dkk., 1996*) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (*Caruana, 2002*). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang baik akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (*Gilbert dkk., 2004*). Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (*Kotler, 2005*). Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (*Lupiyoadi dan Hamdani, 2006*). Upaya perbaikan sistem kualitas layanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Menurut hasil riset *Wharton Business School*, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada perusahaan (*Lupiyoadi dan*

Hamdani, 2006). Konsep1 dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas baik secara langsung maupun mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

Salah satu Hotel bintang 4 yang ada di Semarang yaitu Hotel MG Suites di Jalan Petempen Gajah Mada no.294 merupakan salah satu Hotel di Semarang yang berkomitmen memberikan kualitas layanan dan fasilitas untuk memuaskan para tamu baik yang menginap atau sekedar menikmati santapan di restoran. Mg Suites Hotel Semarang memiliki 140 kamar dan memiliki 4 Ruang pertemuan, fasilitas yang diberikan oleh Mg Suites Semarang seperti wifi gratis, Kolam renang, Bottega Resto, *Gym*, Area parkir, Layanan kamar 24 jam, Brankas dan *Free pickup* atau penjemputan di bandara atau stasiun. Hotel Mg Suites Semarang harus terus berbenahdan melakukan perbaikan untuk tetap mempertahankan tamu agar tidak pindah ke pesaingnya. Selain itu masyarakat pun akan merasakan dampak yang ditimbulkan dari persaingan tersebut. Masyarakat akan dihadapkan pada pilihan yang sulit dalam mengambil keputusan untuk memilih hotel, karena tiap hotel akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Hal ini membuat para manager hotel berlomba-lomba memberikan pelayan yang terbaik kepada konsumen.

Berikut ini jumlah tamu yang menginap di Mg Suites Hotel Semarang dari bulan Januari – Desember 2019:

Tabel 1.1.
Jumlah Pelanggan Tahun 2019

Bulan	Jumlah Tamu	Fluktuasi (Naik/Turun)
Januari	725	-
Februari	611	-144
Maret	567	-44
April	817	250
Mei	525	-292
Juni	834	309
Juli	811	-23
Agustus	736	-75
September	866	130
Oktober	729	-137
November	722	-7
Desember	642	-80
Jumlah	8.585	
Rata-rata PerBulan	715.4	

Sumber: Mg Suites Hotel Semarang,2020

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diperoleh gambaran secara umum jumlah tamu rata-rata setiap bulan sebanyak 715 orang, dimana terjadi penurunan jumlah tamu 3 bulan terakhir. Hal ini tentunya menjadi permasalahan yang dihadapi Hotel Mg Suites Semarang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas tamu yang berkeinginan menginap di hotel tersebut. Ketatnya persaingan dalam bisnis menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif untuk memilih menginap. Hal ini disampaikan oleh tamu terhadap kualitas pelayan dan fasilitas yang diberikan oleh manajemen Mg Suites Hotel Semarang Hotel Semarang tersebut menyangkut hubungan dengan konsumen dan kelangsungan Mg Suites Hotel Semarang.

Pada umumnya pelanggan akan memilih citra Hotel yang memiliki kualitas layanan dan fasilitas yang ada di Hotel. Selain citra pada Hotel yang

menarik pelanggan, citra hotel juga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha. Perusahaan yang meningkatkan kualitas layanan yang berkualitas tinggi lebih akan memberikan keuntungan citra terhadap hotel menjadi lebih baik.

Kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan hotel. Jika kepuasan pelanggan Hotel lebih rendah daripada harapan pelanggan, pelanggan akan merasa kecewa dan jika kinerja pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan bahkan lebih akan merasa sangat puas.

Penelitian ini dilakukan karena adanya *research gap* atau hasil penelitian terdahulu yang berbeda-beda yang diringkas pada table berikut:

Tabel 1.2.
Ringkasan *Research Gap* dari Beberapa Penelitian Terdahulu

Keterkaitan antar Variabel	Hasil Penelitian	Penelitian yang mendukung
1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas	Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas	Ni Ketut Rahayu Laksmi Uttami, I Ketut Rahyuda dan I Made Wardana (2014); Erwina Safitri, Mintarti Rahayu dan Nur Khusniyah Indrawati (2016); Putri Apriyanti, Djasuro Surya dan Lutfi (2017); Mutmainnah (2017); Syafieq Fahlevi Almassawa (2018); Jihan Nafisa dan I Made Sukresna (2018)
	Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas	Selvy Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati (2013); Nurul Musqari dan Nurul Huda (2018); Rina Purnama dan Asmi Ayuning Hidayah (2019)

Keterkaitan antar Variabel	Hasil Penelitian	Penelitian yang mendukung
2.Pengaruh citra terhadap loyalitas	Citra berpengaruh terhadap loyalitas	Ni Ketut Rahayu Laksmi Uttami, I Ketut Rahyuda dan I Made Wardana (2014); Erwina Safitri, Mintarti Rahayu dan Nur Khusniyah Indrawati (2016); Mutmainnah (2017); Jihan Nafisa dan I Made Sukresna (2018); Syafieq Fahlevi Almassawa (2018)
	Citra tidak berpengaruh terhadap loyalitas	Putri Apriyanti, Djasuro Surya dan Lutfi (2017); Rina Purnama dan Asmi Ayuning Hidayah (2019)
3.Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas	Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas	Selvy Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati (2013); Ni Ketut Rahayu Laksmi Uttami, I Ketut Rahyuda dan I Made Wardana (2014); Erwina Safitri, Mintarti Rahayu dan Nur Khusniyah Indrawati (2016); Jihan Nafisa dan I Made Sukresna (2018); Rina Purnama dan Asmi Ayuning Hidayah (2019)
	Kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas	Mutmainnah (2017); Syafieq Fahlevi Almassawa (2018)

Sumber : Beberapa penelitian terdahulu, 2021

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang diatas, maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Hotel Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Hotel Mg Suites Semarang)”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Mg Suites Semarang?
2. Bagaimana pengaruh citra terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Mg Suites Semarang?

3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Mg Suites Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dan kegunaan dari penulisan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Mg Suites Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra hotel terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Mg Suites Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Mg Suites Semarang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran pada ilmu perhotelan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh layanan dan citra hotel terhadap kepuasan serta dampak pada loyalitas pelanggan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat memberikan pada pelaku industry Hotel Mg Suites khususnya tentang kualitas yang diberikan dengan layanan agar dapat memberi rasa kepuasan, loyalitas terhadap kepuasan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan Hotel Mg Suites.