

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era kemajuan dan modernisasi saat ini dimana tingkat mobilitas manusia untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain semakin tinggi, baik itu untuk urusan bisnis maupun non bisnis maka sangat dituntut tersedianya sarana penunjang bagi setiap aktivitas manusia tersebut. Hotel merupakan salah satu sarana penunjang bagi sebagian aktivitas manusia tersebut. Setiap orang yang akan melakukan perjalanan bisnis maupun non bisnis dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu yang agak lama tentu akan membutuhkan tempat menginap.

Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat menginap atau bermalam bagi pelanggan yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi ditempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel telah semakin meluas. Menurut Grolier Elektronik Inc. (1995) yang dikutip oleh Agus Sulistyono, (2006;5) hotel adalah usaha komersil yang menyediakan tempat menginap, makanan dan minuman, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Saat ini industry perhotelan juga melayani acara-acara pernikahan, rapat dan seminar dan tak jarang hotel juga menjadi tempat berlibur atau berakhir pekan bagi kalangan menengah keatas.

Dalam mengelola usaha perhotelan yang merupakan usaha jasa maka kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat diutamakan. Kepuasan

konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan factor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat situasi sesaat.

Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga. Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah pelayanan yang menyertainya. pelanggan menginginkan pengorbanan sesuai dengan apa yang didapatnya. Apabila pengorbanan tidak sesuai dengan produk yang diinginkan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak akan melakukan pembelian. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan suatu kualitas daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan persepsi pelanggan.

Harga merupakan salah satu unsur yang mendatangkan pendapatan sedangkan unsure-unsur lainnya menghasilkan biaya. Banyak pelanggan menggunakan harga sebagai indikator mutu. Terkadang harga yang tinggi dianggap memiliki mutu yang tinggi. Ketika informasi tentang mutu yang benar tidak tersedia maka harga berfungsi sebagai sinyal mutu. Karena begitu pentingnya peran harga maka oleh pelanggan harga diperlakukan sebagai penentu utama pilihan pelanggan. Dengan demikian maka bagi sebuah perusahaan jasa, harga menggambarkan mutu layanan yang diberikan yang

akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Harga yang tepat sesuai dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan oleh puas dapat menjadi pelanggan yang loyal. Harga berperan penting secara dan perusahaan. Bagi konsumen, harga dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan pembelian, sedangkan bagi perusahaan, harga merupakan elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa perhotelan, karena besarnya biaya penginapan yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh pelanggan. Semakin tinggi biaya penginapan akan mengakibatkan pelanggan harus berpikir ulang dalam penggunaan jasa perhotelan, demikian sebaliknya apabila biaya penginapan semakin rendah maka pelanggan cenderung memanfaatkan jasa perhotelan tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak.

Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan segala macam bentuk pelayanan yang didapatkan oleh tamu selama tamu atau pelanggan menginap di hotel tersebut.

Kualitas jasa sangat ditentukan oleh dua factor yakni *expected service* dan *perceived service*. Kualitas berawal dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Dengan demikian maka citra kualitas bukan dipandang dari sudut pandang penyedia jasa tapi dipandang dari sudut pandang konsumen atau pelanggan. Keunggulan kualitas pelayanan

diharapkan mampu menarik pelanggan untuk kembali memiliki keinginan melakukan pembelian ulang.

Intensitas persaingan yang semakin meningkat menuntut suatu perusahaan untuk merancang strategi bersaing dalam dunia bisnis. Tujuan dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Penambahan nilai mengandung arti penciptaan pelanggan yang puas, karyawan yang layak dan laba yang besar. Selain itu, pelayanan dan jasa serta harga yang diberikan oleh perusahaan juga merupakan daya tarik dan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak hanya mengejar laba atau keuntungan tetapi harus mengamati dan memahami tingkah atau pola perilaku pelanggannya. Karena dengan mengamati dan memahami perilaku konsumen tersebut maka perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mengoptimalkan pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Karena pada hakekatnya tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Menurut Engel *et al*, (1994) perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Dalam rangka membangun kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan hotel sebagai perusahaan jasa

dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi suatu perusahaan perhotelan menempatkan masalah kepuasan terhadap pelanggan melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnis. Kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kepuasan akan timbul setelah seseorang telah mengalami pengalaman dengan kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa tersebut.

Perkembangan jumlah hotel di Kota Kupang yang sangat pesat, menimbulkan persaingan perhotelan di Kota Kupang yang semakin ketat. Hotel Ima adalah salah satu dari sekian banyak hotel yang ada di Kota Kupang yang harus menerapkan strategi yang tepat agar dapat mempengaruhi dan menarik bagi konsumen.

Tabel 1.1

Jumlah Tamu yang Menginap pada Hotel Ima  
Bulan Juli – Oktober Tahun 2013

| Jenis kamar / harga           | Juli      | Agustus   | September | Oktober   |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Standard single / Rp 570.000  | 36        | 31        | 34        | 33        |
| Standard double / Rp 714.000  | 29        | 33        | 32        | 34        |
| Superior single / Rp 705.000  | 31        | 26        | 28        | 30        |
| Superior double / Rp 825. 000 | 23        | 25        | 26        | 28        |
| Jumlah tamu                   | 119 orang | 115 orang | 220 orang | 225 orang |

*Sumber : Hotel Ima Kupang Tahun 2013*

Dari data jumlah tamu yang menginap di Hotel Ima pada 4 bulan terakhir periode Juli hingga Agustus tersebut, maka terjadi fluktuasi jumlah tamu yang menginap, hal

ini dapat terlihat yakni berjumlah 119 tamu pada bulan Juli namun menurun pada bulan Agustus yakni 115 tamu. Selanjutnya meningkat pada September yakni 220 tamu dan 225 tamu pada bulan Oktober.

Dimensi kualitas pelayanan jasa terdiri atas 5 dimensi pokok, yaitu: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Keandalan adalah konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya. Daya tanggap adalah kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan. Jaminan adalah pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan. Empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Bukti fisik adalah bukti fisik dari jasa bisa berupa fasilitas jasa, peralatan yang dipergunakan, maupun reprtesentasi fisik dari jasa.

Tabel 1.2  
Komplain Tamu yang Menginap pada Hotel Ima  
Tahun 2013

| No     | Complain kepada karyawan                      | Jumlah complain |
|--------|---|-----------------|
| 1      | Sering tidak tepat waktu                      | 7               |
| 2      | Kesigapan dalam membantu pengguna jasa        | 9               |
| 3      | Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi | 5               |
| 4      | Perhatian karyawan kepada pengguna jasa       | 3               |
| 5      | Fasilitas pelayanan kesehatan yang cukup jauh | 6               |
| Jumlah |   | 30              |

Dari hasil pra penelitian yang dilakukan, penulis menemukan 30 komplain tamu yang menyatakan ketidakpuasannya akan kualitas pelayanan yang diterimanya selama menginap di Hotel Ima. Sebagian besar pengunjung

merasa bahwa kesigapan para pegawai atau karyawan dalam mendengar ataupun memahami tamu yang menginap mengecewakan.

Hal ini tentu akan mempengaruhi reputasi atau nama baik perusahaan kedepan, karena sangat mungkin bahwa pengunjung atau tamu hotel yang kecewa akan bercerita keorang lain. Selain itu pengunjung yang kecewa akan mempertimbangkan untuk tidak lagi menggunakan jasa atau produk yang tidak sesuai harapannya. Selain itu pengunjung juga brharap agar harga yang dibayarkan harus sebanding dengan kualitas pelayanan yang diterima.

Konsumen dalam hal ini merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya, tingkat ekonomi yang berbeda satu sama lain. Karena begitu besar peran konsumen bagi kelangsungan sebuah bisnis maka perusahaan harus mampu memuaskan pelanggan atau konsumen. Sedangkan berdasarkan hasil prapenelitian maka ditemukan adanya ketidakpuasan dari beberapa pelanggan yang ditemui maka dengan dilatar belakangi oleh kenyataan diatas serta beberapa teori, penelitian sebelum dan fenomena masalah tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Hotel Ima, Kupang.”**

## **B. Perumusan Masalah**

Yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah tanggapan pengguna jasa terhadap harga dan kualitas pelayanan yang ditetapkan Hotel Ima?

2. Apakah secara parsial variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa?
3. Apakah secara simultan variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui tanggapan pengguna jasa terhadap harga dan kualitas pelayanan yang ditetapkan Hotel Ima
- b. Untuk mengetahui variabel harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa pada Hotel Ima
- c. Untuk mengetahui variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

#### 2. Manfaat Penelitian

1. Sebagai masukan bagi manajemen Hotel Ima, Kupang dalam merumuskan kebijakan-kebijakan yang diarahkan untuk memuaskan pelanggan.
2. Sebagai bahan informasi peneliti lanjutan yang ingin melakukan penelitian yang masih ada kaitannya.