

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga hal ini memungkinkan terjadinya persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen, serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Pelayanan yang baik memungkinkan pelanggan akan merasa puas dan akan menciptakan suatu keinginan untuk menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Hal ini dapat menciptakan kesan pertama untuk pelanggan, sehingga tidak menutup kemungkinan akan menjadi pelanggan di perusahaan tersebut. Memberikan kepuasan yang mutlak adalah suatu keuntungan tersendiri bagi sebuah organisasi perusahaan, tidaklah mudah untuk merealisasikan keinginan tersebut, sebab banyak pemain di dalam suatu perekonomian yang bermain di dalam suatu pasar perusahaan. Ditambah lagi selera pelanggan yang tidak mungkin sama diantara satu dengan yang lainnya. Jadi dimungkinkan kepuasan konsumen terhadap suatu barang juga berbeda-beda. Kompetisi perekonomian ini sangat terasa di semua sektor di Indonesia, terutama di

bidang pelayanan jasa yang sangat memerlukan strategi yang tepat dan cepat.

Kotler (2003:61) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Menurut Oliver dalam Daryanto dan Ismanto (2014: 37) Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Pelanggan akan memberikan penilaian pada perusahaan yang pernah dia kunjungi, baik mendapatkan pelayanan sesuai ataupun tidak dengan apa yang diharapkan. Dengan demikian yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seorang pelanggan setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya seorang pelanggan. Sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. maka akan mempengaruhi persepsinya terhadap perusahaan tersebut.

Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan perhotelan yang dapat dijadikan acuan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

- Dilihat dari faktor kualitas produk yaitu produk yang terdapat di Hotel seharusnya produk lebih lengkap dan *up to date* dibandingkan di rumah sendiri agar pelanggan merasa lebih nyaman dan ingin

kembali menggunakan produk Hotel. Namun terkadang produk tidak didukung dengan layanan yang baik, begitu juga sebaliknya, seperti: saat pelanggan *check in*, kamar belum disiapkan atau masih berantakan. Saat pelanggan ingin mandi, handuk belum tersedia dan pelanggan harus menunggu lama saat *room boy* menggambilnya ke bagian laundry.

- Dilihat dari faktor kualitas pelayanan yaitu pelanggan Hotel Oasis akan merasa puas bila pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.
- Dilihat dari faktor harga yaitu harga hotel yang relatif murah akan memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan. Harga yang lebih murah biasanya menjadi sumber kepuasan pelanggan yang sensitif terhadap harga, biasanya harga yang lebih murah pelanggan akan terus menerus menggunakan atau menginap di hotel Oasis, karena harga yang ditawarkan dalam menginap cukup bersahabat dengan keuangan pelanggan.
- Dilihat dari faktor emosional yaitu untuk beberapa faktor yang berhubungan dengan gaya hidup., seperti mobil, kosmetik dan pakaian. Faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Dengan demikian Hotel Oasis harus memperhatikan produk yang berhubungan dengan gaya hidup pelanggan, agar pelanggan lebih merasa bangga menggunakan produk Hotel tersebut.

- Dilihat dari faktor biaya yaitu pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut. Misalnya produk pelayanan yang diberikan oleh Hotel Oasis tidak dirasakan efisien oleh pelanggan. Pelanggan akan semakin puas apabila relaiif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Fenomena di lapangan bersaingnya Hotel Oasis merupakan salah satu hotel jenis Melati yang hadir di Kota Gorontalo, dalam kesehariannya Hotel ini dikunjungi oleh dua sampai empat orang pelanggan per hari sehingga berdasarkan hasil observasi awal wawancara beberapa pelanggan Hotel Oasis harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para pelanggan merasa puas dan bisa merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan pelanggan harus menjadi sasaran utama perusahaan, agar nantinya pelanggan nyaman dan loyal terhadap perusahaan.

Kritik dan saran atas layanan hotel harusnya menjadi kunci utama perusahaan dalam mengembangkan kualitas pelayanan maupun peningkatan produk hotel lainnya. Kepuasan pelanggan akan membangun hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang semakin baik, bukan hanya dalam segi kuantitas, melainkan juga dalam kualitas. Artinya, saran pelanggan akan menjadi dorongan yang baik bagi perusahaan perhotelan.

Dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian di Hotel Oasis Kota Gorontalo yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Oasis Kota Gorontalo”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang sering terjadi di hotel antara lain adalah :

1. Dari faktor kualitas produk : produk yang terdapat di Hotel seharusnya lebih lengkap.
2. .Dari faktor kualitas pelayanan : dengan adanya pelayanan yang lebih baik lagi, pelanggan akan merasa lebih puas.
3. Dari faktor harga : harga yang lebih murah biasanya menjadi sumber kepuasan pelanggan
4. Dari faktor emosional : Hotel Oasis harus memperhatikan produk yang berhubungan dengan gaya hidup pelanggan.
5. Dari faktor biaya : produk pelayanan yang diberikan harus lebih efisien lagi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Oasis Kota Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Oasis Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan terkait, yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dari aspek teoritis, bahwa melalui kegiatan ini peneliti dapat memperoleh gambaran dan pengalaman dalam pelaksanaan penelitian sebagai realisasi tanggung jawab mahasiswa terhadap Tridarma Perguruan Tinggi, khususnya Darma penelitian.

1.5.2 Manfaat Praktis

- Dari aspek praktis, sebagai bahan masukan bagi pemimpin hotel untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan yang diberikan.
- Bagi peneliti untuk penelitian ini sebagai langkah awal aplikasi teori-teori manajemen serta menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.