

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi ekonomi, pendidikan, dan sosial budaya, sehingga mempengaruhi sistem pola konsumsi masyarakat. Konsumen semakin bervariasi perilakunya dalam mengambil keputusan pembelian produk yang menjadi kebutuhan mereka. Oleh karena itu untuk mengatasi perilaku pembelian konsumen yang sangat variatif, maka perusahaan perlu sedini mungkin mengidentifikasi sikap konsumen atas keputusan pembelian produk yang hasilnya dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat sehingga tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat tercapai. Hal ini membawa para pelaku dunia usaha tersebut persaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan konsumen. Berbagai pendekatan dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat, baik melalui peningkatan sarana dan prasarana berfasilitas teknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia.

Dewasa ini, keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Rasa puas dan tidak puas konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan prestasi yang diterima dari barang atau jasa. Perilaku konsumen pasca pembelian sangat penting bagi perusahaan. Perilaku konsumen dapat mempengaruhi ucapan-ucapan mereka

kepada pihak lain tentang produk perusahaan. Konsumen tidak akan membeli barang atau jasa perusahaan lagi setelah merasakan ketidaksesuaian kualitas barang atau jasa yang didapatkan dengan keinginan atau apa yang digambarkan sebelumnya

Lima dimensi kualitas pelayanan terdiri dari: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kelima dimensi kualitas pelayanan ini dapat dijadikan acuan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diterima di suatu perusahaan. Kualitas adalah keseluruhan bentuk fisik dan sifat dari produk atau jasa yang memiliki kegunaan untuk memenuhi kebutuhan. Konsumen akan segera meninggalkan produk atau jasa yang tidak bisa memenuhi kebutuhan maupun keinginannya dan akan memilih produk atau jasa dari perusahaan lain yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah membuat perluasan lini produk dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumen.

Kepuasan adalah perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kinerja dengan harapan terhadap suatu produk yang dimiliki seseorang, menurut Kotler dan Keller (2009:177). Sedangkan menurut Tjiptono (2006:360) kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara keinginan yang dimiliki dengan manfaat produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Pengelolaan hotel memiliki tujuan yang mengarah pada kepuasan konsumen, dimana akan

menciptakan konsumen dengan persepsi baik untuk menjadi pelanggan yang berkelanjutan. Pengukuran terhadap mutu pelayanan tidak hanya untuk menentukan pelayanan yang akan konsumen terima, namun harus dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen hotel, sehingga tercipta kepuasan konsumen. Perusahaan tidak dapat menilai mutu pelayanan mereka sendiri, melainkan harus melalui penilaian dan tanggapan dari konsumen dimana mutu sesuai menurut persepsi konsumen.

**Grand Q Hotel Gorontalo** (dahulu bernama **Quality Hotel Gorontalo**) adalah hotel bintang 4 pertama di Provinsi Gorontalo. Pada tanggal 01 Januari 2014 adalah pergantian nama secara resmi dari **Quality Hotel Gorontalo** menjadi **Grand Q Hotel Gorontalo**. Perubahan nama ini merupakan awal pengembangan menjadi Hotel bertaraf Internasional. **Grand Q Hotel Gorontalo** beralamat di Jalan Nani Warta bone No. 25 (dahulu bernama Jalan Ahmad Yani), Gorontalo 15 km dari Bandar Udara Jalaluddin. Pada GrandQ Hotel karyawannya lebih didominasi oleh karyawan yang berpendidikan ahir tingkat sekolah menengah atas sehingga dapat diidentifikasi bahwa secara kualitas pelayanan dalam bentuk Reliability atau keandalan dari kinerja karyawan masih minim sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan observasi awal yang ditemukan oleh peneliti bahwa sebagaimana yang diungkapkan oleh pimpinan HRD dimana jumlah hunian pada setiap kamar mulai dari *standard single bed* sampai *superior room* adalah privasi internal hotel namun pada tahun 2019 jumlah hunian mencapai 2795 penghuni. Adapun wawancara dari beberapa konsumen GrandQ Hotel yang menyatakan

bahwa walaupun hotel tersebut sudah dikatakan hotel bintang 4 dilihat dari segi pelayanannya dikatakan baik, namun pelayanan tersebut juga biasa di jumpai di beberapa hotel lainnya yang tidak setaraf dengan GrandQ Hotel. Konsumen pun menilai bahwa GrandQ Hotel dalam bentuk pelayanannya masih biasa biasa saja atau belum setara dengan namanya hotel bintang 4 terlebih lagi terdapat kesenjangan antara harapan konsumen dan kenyataan pelayanan yang diterima, hal ini terjadi akibat tidak terpenuhinya harapan para pelanggan dan konsumen pun menilai bahwa spesifikasi kualitas jasa dan cara penyampaiannya masih merupakan hal yang diabaikan.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen , yang disajikan dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Grand Q Hotel Gorontalo”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan, maka masalah-masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

- 1) Masih minimnya faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
- 2) Manajemen tidak selalu dapat merasakan apa yang diinginkan para konsumen secara cepat.
- 3) Persepsi konsumen dalam mengukur kinerja atau prestasi perusahaan masih cenderung dalam mempersiapkan kualitas jasa atau produk.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen pada Grand Q Hotel Gorontalo.?

### **1.4 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini yaitu Mengetahui Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen pada Grand Q Hotel Gorontalo

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sesuai dengan tujuan penelitian di atas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Secara Akademis
  - a. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti serta menambahkan ilmu yang telah didapatkan dibangku kuliah.
  - b. Penelitian ini dapat berguna sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan praktis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta masalah operasional perusahaan

dilapangan untuk melengkapi pengetahuan teoritis yang didapat diperkuliahan.

3. Bagi Organisasi/Perusahaan.

Penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran dan pandangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan suatu kebijakan dalam menjalankan aktivitas perusahaan.

4. Bagi Karyawan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi karyawan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai pelayanan yang baik khususnya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.