

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kita dapat melihat banyaknya pembangunan hotel di berbagai kota dan daerah di Indonesia. Hal ini tidak lepas karena permintaan pasar yang semakin meningkat terhadap akan kebutuhan hotel bagi kebanyakan orang di anggap kurang penting, namun bagi mereka yang memiliki aktivitas bisnis yang padat, yang mengharuskan mereka pergi dari suatu kota ke kota lain untuk berbisnis hal ini tentu saja sangat penting, karena mereka membutuhkan tempat istirahat yang nyaman sebelum kembali menjalankan bisnisnya. Hotel tidak hanya berfungsi sebagai tempat beristirahat, tetapi juga dapat berfungsi sebagai tempat rapat, pertemuan-pertemuan, acara-acara ulang tahun, maupun acara pernikahan.

Maraknya pembangunan hotel menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan di industri perhotelan. Pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka. Salah satu cara yang digunakan untuk menarik minat konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Pada dasarnya tujuan dari industri jasa adalah untuk memberikan kepuasan pada para konsumen melalui pelayanan yang baik serta keramah-tamahan sehingga akan terjalin hubungan yang baik antara pihak penyedia jasa dan konsumen. Hal tersebut tentu saja memberikan dampak positif bagi penyedia jasa serta membangun image positif di mata para konsumen. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen

atau bahkan hilang karena konsumen beralih ke jasa layanan lain yang memiliki pelayanan yang lebih baik.

Usaha jasa di Kabupaten Parigi Moutong yang menawarkan jasa untuk tempat menginap yaitu seperti hotel, penginapan, losmen dan juga ada tempat menginap yang disebut *cottage* yang berada di dekat pantai atau danau. Tetapi dengan adanya itu, menimbulkan persaingan menjadi sangat ketat di bidang jasa yang menawarkan tempat untuk menginap di Kabupaten Parigi Moutong. Hal ini memacu manajemen hotel untuk semakin meningkatkan kualitas hotel terutama dalam meningkatkan pelayanan untuk memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya agar tertarik untuk menginap pada hotel mereka.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha baik perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu merasa puas terhadap pelayanan yang dibeikan oleh pihak hotel tersebut. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi suatu usaha di bidang jasa untuk strategi diferensiasi ketika mereka menawarkan jasa mereka kepada konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus di perhatikan oleh suatu usaha yang bergerak di bidang jasa. Berikut ini ada lima dimensi pokok menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti langaug (*Tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

2. Keandalan (*Reliability*) sebagai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yang menunjukkan kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*) menunjukkan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan imace atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan di benak konsumen terhadap perusahaan dan
5. Empati, (*Empathy*) sebagai syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi konsumen.

Dimensi-dimensi inilah yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa, khususnya di bidang perhotelan, sehingga berbagai pengalaman yang dapat mengakibatkan kegagalan tidak akan terjadi. Tidak sedikit konsumen beralih ke pelayanan jasa perhotelan yang sesuai dengan yang diharapkannya. Apabila hal ini terjadi tentunya sangat merugikan perusahaan tersebut. Pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi konsumen. Karena itu pihak hotel di dalam menetapkan suatu kebijakan pelayanan, harus mengerti dan memahami setiap dimensi sebagai indikator yang dianggap penting dan diharapkan setiap konsumen, sehingga antara kebijakan pelayanan suatu perusahaan dengan keinginan dan harapan yang dianggap penting oleh konsumen untuk dilaksanakan perusahaan, tidak menimbulkan suatu kesenjangan. Dalam arti, kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat

kesesuaian antara harapan dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, disitulah terciptanya nilai kepuasan yang maksimal.

Zaitun Hotel Tolai adalah salah satu hotel yang terkenal di Kabupaten Parigi Moutong yang beralamat di Jl. Trans Sulawesi Desa Tolai – Kecamatan Torue Kabupaten Parigi Moutong Sulawesi Tengah yang didirikan oleh KSP ZAITUN dan Ir. I Wayan Sukarja sebagai direktur utama Hotel dan Ni Ketut Mulyawati SE, sebagai manajer hotel. Zaitun Hotel Tolai memiliki 14 kamar yang terdiri dari 3 tipe kamar yaitu Deluxe, Standard Single Bed Standard Double Bed, dengan harga dan fasilitas yang berbeda-beda yang ada pada tipe masing-masing kamar tersebut. Zaitun Hotel Tolai memiliki 7 orang karyawan yang siap memberikan pelayanan kepada konsumen yang datang menginap. Ada beberapa fasilitas yang ada di Zaitun Hotel Tolai yaitu ruangan rapat, lobi, room free wifi, tempat parkir, welcome coffe, dan breakrast.

Zaitun Hotel Tolai banyak di datangi orang-orang yang berasal dari luar daerah Kabupaten Parigi Moutong untuk dijadikan sebagai tempat menginap mereka ketika mereka datang ke Kabupaten Parigi Moutong untuk keperluan maupun yang hanya untuk menginap saja untuk sekedar melepas rasa lelah setelah menempuh perjalanan jauh dari kota asal mereka untuk menuju daerah lain yang menjadi tujuan mereka. Selain sebagai tempat menginap, Zaitun Hotel Tolai juga digunakan sebagai tempat kegiatan atau acara baik yang bersifat formal maupun non formal, seperti tempat rapat, pertemuan-pertemuan, acara ulang tahun dan lain-lain.

Data mengenai jumlah pengunjung Zaitun Hotel Tolai dari bulan januari 2019 s/d bulan maret 2020 dapat di lihat pada tabel 1.1. di bawah ini:

Tabel 1.1.  
Jumlah konsumen yang menginap di Zaitun Hotel Tolai

NO	Bulan	Jumlah
1	Januari 2019	50 Orang
2	Februari	62 Orang
3	Maret	60 Orang
4	April	76 Orang
5	Mei	56 Orang
6	Juni	56 Orang
7	Juli	62 Orang
8	Agustus	50 Orang
9	September	47 Orang
10	Oktober	53 Orang
11	November	44 Orang
12	Desember	31 Orang
13	Januari 20	28 Orang
14	Februari	30 Orang
15	Maret	6 Orang
	Jumlah	711 Orang

Sumber : Zaitun Hotel Tolai

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah konsumen yang datang menginap di Zaitun Hotel Tolai mempunya pola yang fluktuatif setiap bulannya. Jika di rata-ratakan konsumen yang datang menginap di Zaitun Hotel Tolai yaitu kurang lebih 1 sampai 3 orang setiap harinya. Jumlah pengunjung tertinggi terjadi pada bulan April 2019 sebanyak 76 orang pengunjung, hal itu di karenakan pada bulan tersebut ada kegiatan rapat KSP Zaitun dan juga kegiatan lomba paskah antar gereja Se-GPID Parigi sampai denga Poso Pesisir, sehingga beberapa konsumen ada yang menginap dan membooking kamar-kamar yang ada di Zaitun Hotel Tolai. Sedangkan jumlah pengunjung terendah terjadi pada bulan Maret 2020 sebanyak 6 orang, Hal itu dikarenakan terjadinya penyebaran virus Covid-19

(Corona), kurangnya tamu yang datang menginap, serta tidak adanya kegiatan-kegiatan yang diadakan baik yang bersifat formal maupun nonformal di Kabupaten Parigi moutong maupun yang di adakan di Zaitun Hotel Tolai.

Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Meskipun sasaran dari pelayanan cukup sederhana tetapi pelaksanaannya tidaklah semudah yang diucapkan karena untuk mencapai itu semua diperlukan suatu pelayanan yang berkualitas. Masalah pelayanan tersebut yang menjadi proses evaluasi pembenahan Zaitun Hotel Tolai sebagai organisasi pelayanan jasa, sehingga dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Zaitun Hotel Tolai.**

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini :

- 1.2.1. Apakah variable *Tangible* berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai
- 1.2.2. Apakah variable *Reliability* berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai
- 1.2.3. Apakah variable *Responsiveness* berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai

- 1.2.4. Apakah variable *Assurance* berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai
- 1.2.5. Apakah variable *Empathy* berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai.
- 1.2.6. Apakah variabel kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai.

### 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- 1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Tangible* parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai.
- 1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Reliability* parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai.
- 1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh variable *Responsiveness* parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai.
- 1.3.4. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Assurance* parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai.
- 1.3.5. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Empathy* parsial terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai.
- 1.3.6. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Zaitun Hotel Tolai.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

- 1.4.1. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemilik Zaitun Hotel Tolai yang akan dijadikan bahan pertimbangan terhadap pengambilan kebijakan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan hotel agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang menginap di hotel tersebut.
- 1.4.2. Bagi Pembaca penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat menambah pengetahuan tentang ilmu ekonomi, khususnya dibidang pemasaran sehingga akan bermanfaat bagi karier penulis dimasa yang akan datang.
- 1.4.3. Bagi penulis Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Studi strata satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso Poso.
- 1.4.4. Sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat masalah yang sama.