

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia usaha saat ini telah semakin berkembang dan semakin menumbuhkan banyak persaingan. Dengan kondisi tersebut maka dibutuhkan strategi yang tepat agar kegiatan bisnis dapat bertahan ditengah persaingan dan target penjualan dapat tercapai.

Untuk memenangkan persaingan dalam bisnis maka perusahaan dituntut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kotler (2009:185) mengemukakan bahwa dalam meningkatkan persaingan masing - masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan Produk/ jasa yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Pada saat sekarang ini keinginan para konsumen untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang terbaik semakin besar, perusahaan yang ingin tetap eksis dan unggul harus mampu untuk dapat memberikan apa yang sudah menjadi tuntutan para konsumen.

Perusahaan juga diharapkan bukan hanya mampu memberikan pelayanan yang baik saja tetapi juga berkualitas. Untuk dapat memenuhi harapan para konsumen, perusahaan diharapkan selalu meningkatkan dan tidak cepat puas terhadap pelayanan yang telah mereka berikan kepada konsumen.

Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi

konsumen (Tjiptono, 2012:157). Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2011:174-175) terdiri dari 5 dimensi, antara lain: dimensi *tangible* (bukti fisik) , *realitability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (ketanggapan), *empathy* (empati). Sedangkan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2009:49).

Keterkaitan memenuhi selera konsumen dan kualitas pelayanan yaitu dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. (Rangkuti, 2002:6)

Sekarang ini bisnis di sektor penginapan dapat dikatakan sudah berkembang dengan pesat di kota Malang, Hal ini dapat dilihat dari begitu banyak hotel ataupun guest house yang merupakan salah satu industri jasa yang penting keberadaannya dalam menunjang akomodasi pariwisata. Hotel pada saat sekarang ini tidak lagi menjadi pilihan utama tempat

pengunjung untuk tinggal wisatawan yang sedang berkunjung, *guest house* menjadi pilihan alternatif yang sempat menjadi fenomena menggeser eksistensi hotel, karena memiliki fasilitas yang mirip/ serupa dengan hotel tetapi harga yang ditawarkan jauh lebih murah.

Hotel merupakan salah satu bentuk akomodasi yang dalam usahanya menyediakan jasa berupa kamar, pelayanan, makanan dan minum serta rekreasi. Sementara *guest house* menyediakan jasa yang serupa dengan hotel tetapi memiliki nuansa seperti tempat tinggal pribadi dan memiliki harga yang relatif lebih murah dibandingkan hotel.

Perbedaan antara *guest house* dan hotel yang mendasar adalah biasanya *guest house* menawarkan untuk sewa kamar harian atau bulanan, konsep lebih seperti kamar kost tetapi ada petugas kebersihannya dan mempunyai fasilitas serupa dengan hotel dengan harga yang relatif lebih murah. selain itu yang membedakan *guest house* dan hotel adalah pada jumlah staff yang bekerja. Dimana jumlah *staff guest house* tidak sebanyak *staff* di hotel.

Kertanegara *Premium Guest House* adalah salah satu *guest house* di kota Malang yang menyediakan fasilitas dan pelayanan konsumen berupa penginapan, makan dan minum serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu dan dikelola secara komersial, terletak strategis dipusat kota Malang berseberangan langsung dengan perpustakaan kota Malang dan dekat pusat perbelanjaan terbesar kota Malang yakni MOG (*Mall Olympic Garden*). *guest house* ini berbeda tampilan dengan *guest house* pada umumnya, karena *guest house* pada

umumnya memiliki tampilan seperti rumah biasa, sedangkan Kertanegara *Premium Guest House* ini memiliki tampilan yang modern mirip seperti hotel. Pesaing yang dihadapi oleh Kertanegara *Premium Guest House* ini bukan hanya dari *guest house* yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama tetapi juga dari hotel yang mempunyai fasilitas *bar* maupun restoran mewah untuk tujuan wisatawan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka judul penelitian yang diambil: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kertanegara *Premium Guest House* Malang”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, ada dua masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimanakah signifikansi pengaruh kualitas pelayanan yang didukung oleh dimensi : bukti fisik (X1) , daya tanggap (X2), keandalan (X3), jaminan (X4), empati (X5) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial dan simultan pada Kertanegara *Premium Guest House* Malang?
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Kertanegara *Premium Guest House* Malang?

C . Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas pelayanan yang didukung oleh dimensi : bukti fisik (X1), daya tanggap (X2), keandalan (X3), jaminan (X4), empati (X5) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara simultan dan parsial pada Kertanegara *Premium Guest House* Malang.
- b. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Kertanegara *Premium Guest House* Malang.

2. **Manfaat Penelitian**

a. Bagi perusahaan.

Dapat memperoleh masukan dan pertimbangan agar kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen. Juga dapat memberikan gambaran bagi perusahaan agar dapat lebih meningkatkan cara pengelolaan *guest house* yang lebih baik lagi.

b. Bagi peneliti

Untuk menambah pengetahuan, perbandingan antara teori yang diperoleh selama kuliah dengan realita yang ada dilapangan, khususnya manajemen pemasaran pada bidang jasa.

c. Bagi Universitas

Memberikan referensi untuk peneliti selanjutnya tentang kualitas pelayanan suatu perusahaan dibidang jasa khususnya tempat penginapan.