

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai sebuah penilaian bagaimana kompetennya kualitas pelayanan yang diberikan dalam mengukur ekspektasi tamu (Anwar & Qadir, 2017). Kualitas pelayanan adalah sebuah tolak ukur antara sekpektasi pelayanan oleh tamu dan persepsi tamu terhadap pelayanan yang diberikan merupakan sebuah penilaian yang berkaitan dengan standar implisit dan eksplisit (Abdullah & Rahman, 2015). Hotel mempertimbangkan sebuah fenomena sosial berdasarkan keterkaitannya dengan berbagai aktivitas yang dilakukan tamu contohnya dalam bersantai (Andavar et al. 2020), terdapat tiga hal: pekerjaan, sekolah, dan liburan. Pengunjung hotel berkontribusi pada perkembangan sosial ekonomi baik negara maju maupun negara terbelakang. Selain itu, banyak negara di dunia menganggap hotel sebagai alternatif pertumbuhan yang diinginkan. Dalam industri perhotelan, kualitas layanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan memperhitungkan penilaian klien atas keunggulan dan keunggulan makhluk itu secara keseluruhan (Abdullah, 2019).

Kepuasan pelanggan adalah kata yang digunakan untuk menggambarkan seberapa baik layanan atau produk memenuhi harapan pelanggan (Anwar & Louis, 2017). Pelanggan yang telah merasakan kinerja hotel dan harapannya terpenuhi dikatakan puas. Sejumlah studi akademis telah menunjukkan hubungan yang signifikan antara layanan yang sangat baik dan klien yang puas (Ali &

Anwar, 2021). Layanan dan kebahagiaan klien telah muncul sebagai dua bidang utama di sektor hotel selama bertahun-tahun, menurut banyak penelitian. Indikator terbesar dari potensi pendapatan hotel di masa depan adalah seberapa bahagia para tamunya. (Khan & Abdullah, 2019). Pencapaian tertinggi hotel adalah mencapai ekspektasi dan akomodasi tamu (Faraj et al. 2021). Kota Kediri merupakan kota yang memiliki potensi yang baik karena secara geografis merupakan kota yang strategis karena menghubungkan berbagai daerah seperti Surabaya, Jombang, Tulungung, Trenggalek, Blitar dan Malang. Banyak akademisi mengidentifikasi sejumlah dimensi dan faktor untuk meningkatkan tingkat kepuasan; namun, meskipun sebagian besar faktor ini digunakan dalam variabel yang ditemukan signifikan meskipun kualitas layanan signifikan (Ali, 2016), perhatian tambahan masih diperlukan untuk memenuhi harapan dan nilai yang dirasakan tamu. Di sisi lain, beberapa akademisi telah melihat hubungan antara karakteristik seperti nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan variabel untuk mengukur seberapa puas tamu terhadap pelayanan sektor hotel. Lima komponen kualitas pelayanan adalah: empati, jaminan, ketergantungan, daya tanggap, dan hasil nyata (Anwar & Abdullah, 2021). (Ali, 2014). Persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kelima faktor tersebut. Ketika pengunjung merespons dengan baik, jumlah tamu yang puas akan meningkat secara dramatis. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah kebahagiaan pelanggan, sedangkan variabel independen dan sub-independennya adalah kualitas layanan, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan berwujud (Prabhu et al. 2020). Tergantung pada

tingkat kepuasan mereka, pengunjung hotel kembali ke hotel yang sama atau menyarankannya kepada orang lain, yang keduanya meningkatkan pendapatan hotel. Akibatnya, mengingat hampir semua bisnis berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan mereka untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan, topik kualitas layanan penting untuk penelitian apa pun (Ganeshkumar et al. 2019).

Kualitas pelayanan sudah menjadi kunci untuk unggul dalam kompetisi pasar industri perhotelan. Memuaskan dan mempertahankan konsumen merupakan faktor penting dalam industri perhotelan. Dalam industri perhotelan, konsumen bukan hanya sebagai pengguna jasa, namun konsumen juga memiliki pandangan standar pelayanan dan kualitas terhadap suatu properti. Di zaman seperti ini, dimana konsumen menginginkan sesuatu yang cepat, dengan berbagai keinginan yang kompleks. Tujuan utama penelitian ini adalah menemukan dampak kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini akan menunjukkan dampak dari berbagai dimensi kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan hotel. Penulis menggunakan metode kuantitatif dengan variabel meliputi : *Empathy* (X1) , *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Tangible* (X5) dalam penelitian ini. Tujuan peneliti menggunakan lima variabel diatas dikarenakan lima variabel diatas merupakan lima dimensi dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan jasa.

Dari banyaknya penelitian terdahulu yang mengkaji terkait hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang diteliti oleh Md. Alauddin, Syed Md. Hasib Ahsan, Dr. Mohammad Masrurul Mowla, Md. Mahmudul Islam & Md. Musharof Hossain (2019) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah

efek langsung dari kualitas layanan, dan bahwa loyalitas pelanggan adalah hasil langsung dari kepuasan pelanggan. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, manajer hotel perlu memberikan layanan yang unggul kepada klien mereka. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk secara efisien mengarahkan pasar.

Viva Hotel Kediri dibangun pada tahun 2016 oleh PT. Indosemar Sarijo, yang merupakan suatu Badan Perseroan Terbatas. PT. Indosemar Sarijo dibentuk pada tanggal 10 Juni 2013 dengan kepemilikan 4 pengusaha muda yaitu Bapak Iwan Wahyudi (Direktur Utama), Bapak Johan Irawan (Direktur), Bapak Hendra Setiawan (Komisaris Utama) dan Bapak Soetrisno (Komisaris). Dengan tujuan agar cepat dikenal di kalangan perhotelan, baik domestik maupun mancanegara, Owner memutuskan untuk menggunakan manajemen Azana Hotel & Resort Management yang merupakan suatu jaringan manajemen hotel nasional yang berpusat di Kota Solo dan memilih Viva Hotel Kediri by Azana sebagai trade mark hotel. Hotel ini mulai pertama kali beroperasi pada tanggal 28 Juli 2018 dan dilanjutkan Grand Opening pada tanggal 28 Agustus 2018. Dengan konsep smart convention hotel, Viva Hotel memiliki 52 kamar, 1 Restoran, 1 Meeting Room, 1 The Bizztro yang akan menambah kepuasan tamu. Hotel dengan luas tanah 1079 m² berada di bagian tenggara Kota Kediri tepatnya di Jalan Letjend S Parman No. 86, Kelurahan Tosaren, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. Lokasinya sangat strategis wilayah timur Kediri yang merupakan pintu gerbang utama arah Pare, Kabupaten Kediri, Blitar dan Malang.

Tabel 1. 1 Viva Hotel Monthly Report 2020

VIVA Hotel Kediri Monthly Report 2020					
Month	#OF Day	Room Available	Room Night Available	Room Night Occupied	Room Occupancy %
January	31	51	1581	1166	73.75
February	29	51	1479	1241	83.91
March	31	51	1581	993	62.81
April	30	51	1530	578	37.78
May	31	51	1581	746	47.19
June	30	51	1530	998	65.23
July	31	51	1581	1060	67.05
August	31	51	1581	1200	75.90
September	30	51	1530	1225	80.07
October	31	51	1581	1344	85.01
November	30	51	1530	1287	84.12
December	31	51	1581	1256	79.44
			18.666	13.094	70.15

Sumber : Viva Hotel Kediri

Tabel 1. 2 Viva Hotel Kediri Monthly Report 2021

VIVA Hotel Kediri Monthly Report 2021					
Month	#OF Day	Room Available	Room Night Available	Room Night Occupied	Room Occupancy %
January	31	51	1581	990	62.62
February	28	51	1428	862	60.39
March	31	51	1581	1100	69.57
April	30	51	1530	653	42.67
May	31	51	1581	964	60.97
June	30	51	1530	1031	67.38
July	31	51	1581	428	27.07
August	31	51	1581	967	61.16
September	30	51	1530	1119	73.13
October	31	51	1581	1326	83.87
November	30	51	1530	1317	86.07
December	31	51	1581	1143	72.29
			18.615	11.900	63.93

Sumber : Viva Hotel Kediri

Dari data 2020 dan 2021 diatas dapat peneliti dapat menyimpulkan bahwa performa penjualan kamar Viva Hotel Kediri memiliki performa yang cukup baik pada saat tahun 2020 yaitu mencapai **70,15%** , Namun pada tahun 2021 terjadi penurunan menjadi **63.93%**. Selain itu dapat kita perhatikan dari dua tahun terakhir penjualan kamar sangat fluktuatif tiap bulannya, contohnya dari dua tahun diatas bulan April – Juni merupakan bulan yang kurang baik performanya. Berbanding terbalik dengan akhir tahun dimana penjualan meningkat dengan cuup baik. Dengan didukung oleh pelayanan yang baik, maka VIVA Hotel Kediri dapat meningkatkan penjualan pada bulan – bulan yang performanya kurang baik serta memaksimalkan pengalaman menginap pelanggan pada akhir tahun sehingga dapat melakukan kunjungan berulang pada bulan – bulan lain.

Tabel 1. 3 Review Keluhan Pelanggan

Keluhan Pelanggan (TRAVELOKA) 2021		
No.	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan
1.	Kebersihan Kamar	5
2.	Fasilitas Parkir	3
3.	Pelayanan Resepsionis	5
4.	Pelayanan Housekeeping	3
5.	Pelayanan Restoran	2
6.	Harga Kamar	2
Jumlah Total Keluhan		20

Sumber : <https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/viva-hotel-kediri-by-azana-3000010017092>

Selain itu, dengan adanya berbagai keluhan yang peneliti dapatkan dari situs *Online Travel Agent* (OTA) yaitu Traveloka. Alasan peneliti menggunakan OTA dalam mencari keluhan pelanggan karena biasanya pengunjung melakukan pemesanan kamar melalui OTA lalu melihat review pelanggan yang ditulis.

Ditemukan beberapa keluhan mengenai fasilitas maupun pelayanan yang diberikan, Maka dengan didukung data terbaru ini penulis semakin tertarik untuk mengkaji lebih lanjut fenomena ini. Dengan perbedaan variabel, objek dan lokasi penelitian dari penelitian terdahulu yang memiliki hasil berbeda-beda dimana dalam sektor ini tiap lokasi memiliki karakteristik masing-masing dalam performa sektor pariwisatanya. Maka dari itu penulis berencana melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Di Viva Hotel Kediri “**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan topik yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis menentukan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah *Empathy* memengaruhi kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri ?
2. Apakah *Reliability* memengaruhi kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri ?
3. Apakah *Resposiveness* memengaruhi kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri ?
4. Apakah *Assurance* memengaruhi kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri ?
5. Apakah *Tangible* memengaruhi kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka ditentukan beberapa tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* terhadap kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri.

- c. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri.
- e. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan pelanggan Viva Hotel Kediri.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi pihak yang berkaitan dengan penelitian, sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti lain.

Dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang bagaimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada suatu properti hotel.

- b. Bagi perusahaan.

Dapat membantu pihak Management serta jajaran staff operasional VIVA Hotel Kediri dalam menerapkan kebijakan dan menentukan strategi pemasaran terkait meningkatkan kepuasan pelanggan.