

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis di Indonesia setiap tahunnya selalu meningkat, khususnya dalam bidang pariwisata, hal ini tidak terlepas dari peran pemerintah daerah setempat dalam membangun industri wisata didaerahnya masing-masing dan dalam hal tersebut sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Perubahan gaya hidup seseorang berasal dari meningkatnya status sosial, ekonomi dan industri dari hal tersebut dapat mempengaruhi selera kepuasan kepada suatu jasa maupun produk. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan baik dalam bentuk produk maupun jasa. Suatu organisasi usaha harus dapat memperbaiki dan mengevaluasi serta memperbaiki dalam hal pelayanan agar nantinya dapat bersaing dengan para pesaingnya di dalam dunia industri dengan demikian hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing untuk menguasai pasar.

Dalam sebuah industri pariwisata khususnya perhotelan merupakan menjadi sasaran utama bagi para wisatawan, terlebih sudah banyak konsep yang dibuat oleh para pemilik industri perhotelan yaitu tentang peraturan yang ada dihotel dengan menjalankan konsep serta prinsip syariah dalam islam, pelayanan yang dilakukan untuk konsumen berdasarkan ajaran serta melihat dari norma norma islam. Namun bukan hanya fokus dalam bidang pelayanan halal, namun pemilik industri perhotelan memberikan pelayanan yang sama pada makanan dan minuman yang halal serta semua fasilitas yang ada pada industri perhotelan, dalam hal ini pemilik industri perhotelan dituntut dapat memberikan fasilitas dengan konsep syariah, diantara lain menyediakan ruang shalat khusus laki laki dan perempuan, adanya perlengkapan ibadah pada setiap kamar, tersedianya restoran serta makanan makanan yang halal, tersedianya kolam renang

yang terpisah antara laki laki dan perempuan, para pekerja menggunakan pakaian yang rapih sopan serta menutup aurat. Selain memperhatikan segi fasilitas hotel, pengadaan produk-produk yang tersedia dapat memiliki pengaruh serta daya tarik yang besar terhadap kualitas perhotelan.

Hotel merupakan sarana yang menyediakan fasilitas dan daya tarik kenyamanan dalam sektor pariwisata. Dalam hal ini suatu hotel harus memiliki kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan hotel sangat penting bagi industri perhotelan. Kualitas dari sebuah pelayanan dapat dinilai dari lima dimensi yaitu empati, bukti fisik, kehandalan para karyawan, daya tangkap serta jaminan baik dalam keamanan, secara keseluruhan dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Suryadharma, 2015).

Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dimana perusahaan dapat memaksimalkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang tidak puas dan inovasi terbaru serta meningkatkan kualitas pelayanan yang optimal, mengingat bahwa setiap perusahaan harus dapat mempertahankan serta meningkatkan posisi terhadap para pesaing bisnis seperti sekarang ini. Selain masalah kualitas pelayanan, pelanggan pun sering mengeluh tentang fasilitas yang disediakan oleh para badan usaha khususnya bidang hotel, dikarenakan fasilitas juga merupakan penunjang terhadap penilaian kepuasan para pelanggan (Hu, 2019).

Kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap kualitas pelayanan serta fasilitas yang telah dirasakan setelah pemakaian. Kualitas dari sebuah jasa produk maupun pelayanan merupakan prioritas utama sebagai tolak ukur sebuah perusahaan dalam keunggulan bersaing dengan pesaing bisnisnya. Perusahaan akan mengalami permasalahan yang kompleks apabila gagal memberikan pelayanan maupun meningkatkan kualitas pelayanannya. Pada umumnya pelanggan akan menyampaikan pengalaman ketidakpuasannya atas pelayanan yang diberikan kepada orang lain, dan dapat dibayangkan bahwa perusahaan akan mengalami kerugian yang amat besar dari kegagalan dalam hal memberikan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Pentingnya persepsi para pelanggan dalam kualitas pelayanan dan dampak yang signifikan bagi perusahaan setelah memberikan kualitas yang diinginkan pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan pada pelanggan pihak perusahaan pun harus mengetahui sudut mana

saja yang menjadi kekurangan serta kelebihan yang ada dalam pelayanannya. Sehingga nantinya dapat menjadikan evaluasi terhadap organisasi yang ada dalam ruang lingkup perusahaan (Cerri, 2016).

Oleh karena itu, perusahaan baik jasa maupun perusahaan produk harus membuat perencanaan serta mengorganisasikan dan dapat mengorganisasikan sistem yang ada pada kualitas pelayanan yang ada yang nantinya akan mengimplementasikan dengan sedemikian rupa dan dapat memberikan dampak yang positif dari konsumen kepada perusahaan terhadap penilaian kualitas pelayanan yaitu dapat menjadi nilai plus sehingga pelanggan akan tertarik kembali lagi menggunakan jasa yang telah dirasakannya. Suatu pemasaran merupakan konsep sentral dalam teori serta aplikasi dalam peningkatan kualitas pada aktivitas bisnis. Penilaian kepuasan didapatkan dari pengalaman pelanggan terhadap kualitas yang diberikan perusahaan mengenai jasa maupun produk yang ditawarkan.

Harga dan promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan konsumen. Jika harga yang ditawarkan pihak hotel sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, maka konsumen akan merasa puas. Faktor promosi juga dianggap penting dalam memasarkan dan memperkenalkan hotel. Promosi yang dilakukan pihak hotel dapat berupa penawaran produk atau jasa yang ditawarkan kepada pihak konsumen. Promosi juga diberikan pihak hotel untuk memberitahukan kelebihan hotel kepada konsumen. Begitupula lokasi hotel yang berada pada lingkungan yang bersih dan aman juga merupakan faktor yang menentukan dalam penilaian konsumen dalam menilai kualitas layanan yang diberikan.

Penelitian ini dilakukan di Hotel Unisi yang merupakan hotel syariah di kota Yogyakarta dengan pengelolaan oleh Sofyan Cooperation. Hotel ini berdiri dan beroperasi sejak 16 September 2016.

Namun masih terdapat kekurangan dalam hal kualitas pelayanan pada marketing, itu dimana kurangnya informasi yang didapat konsumen terhadap fasilitas apa saja yang ada didalam hotel unisi serta dalam hal promosi, pihak marketing hotel jarang dalam menerbitkan kegiatan serta promosi yang sedang dan akan berjalan pada hotel unisi, dalam hal ini tentunya

menjadi evaluasi tersendiri dari pihak hotel terhadap perbaikan kualitas pelayanan marketing kepada para konsumennya apabila masih ingin bersaing dengan para pesaingnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka akan dilakukan penelitian yang berkaitan dengan pengukuran kinerja pemasaran menggunakan variabel produk dan harga dengan menggunakan indikator *customer mindset* (pola pikir pelanggan), *expression of customer preference* (ekspresi pelanggan) dan *customer behavior* (perilaku pelanggan di Hotel Unisi Yogyakarta).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh produk, harga, promosi dan tempat terhadap kualitas layanan *marketing* di Hotel Unisi?
2. Apakah terdapat pengaruh teori *Service Dominant Logic* terhadap kualitas layanan *marketing* di Hotel Unisi?
3. Faktor atau dimensi apa yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap kualitas layanan *marketing* di Hotel Unisi?

1.3 Batasan penelitian

Terdapat batasan masalah yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini, agar ruang lingkup permasalahan tidak meluas, adapun batasan masalahnya adalah:

1. Penelitian dilakukan pada divisi marketing yang ada di Hotel Unisi
2. Peneliti hanya menggunakan variable yang ada pada divisi marketing
3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modelling*)
4. Software yang digunakan adalah IBM SPSS AMOS (*Analysis of Moment Structure*)

1.4 Tujuan Penelitian

Setelah melihat latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui nilai pengaruh produk terhadap kualitas layanan *marketing* di Sofyan Inn Hotel Unisi Yogyakarta
2. Mengetahui nilai pengaruh harga terhadap kualitas layanan *marketing* di Sofyan Inn Hotel Unisi Yogyakarta
3. Mengetahui nilai pengaruh promosi terhadap kualitas layanan *marketing* di Sofyan Inn Hotel Unisi Yogyakarta
4. Mengetahui nilai pengaruh tempat terhadap kualitas layanan *marketing* di Sofyan Inn Hotel Unisi Yogyakarta
5. Mengetahui nilai pengaruh teori *Service Dominant Logic* terhadap kualitas layanan *marketing* di Sofyan Inn Hotel Unisi Yogyakarta
6. Mengetahui faktor atau dimensi apa yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap kualitas layanan *marketing* di Sofyan Inn Hotel Unisi Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di dapat dari penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberi manfaat. Berikut merupakan beberapa manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis diharapkan mendapatkan ilmu dari penelitian sehingga nantinya dapat mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan tempat terhadap kualitas layanan *marketing* di Hotel Unisi
2. Bagi pihak hotel diharapkan dapat menerapkan strategi maupun inovasi baru dari hasil penelitian ini.
3. Bagi pihak konsumen diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kesadaran terhadap kualitas layanan *marketing* yang diberikan pihak hotel.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika disusun untuk mempermudah pemahaman alur penelitian ini, adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama penelitian ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini dijelaskan mengenai kajian induktif dan kajian deduktif yang berkaitan dengan penelitian terdahulu antara lain penelitian terdahulu, pengertian masalah, konsep pemasaran, perilaku konsumen, mengelola jasa, implikasi perilaku konsumen terhadap pemasaran, dan strategi pemasaran untuk perusahaan jasa khususnya pada hotel.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas tentang tahapan tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini dan menguraikan metodologi penelitian yang berisikan tentang kerangka pemikiran, hipotesa, rencana analisa data, data dan sumber data.

BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai bagaimana memperoleh data dan mengolah data sehingga nantinya dapat dilakukan analisis. Data disediakan dalam bentuk tabel dan gambar bentuk SEM (*Structural Equation Model*) dan nanti hasilnya akan lebih di jelaskan pada bab selanjutnya

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menguraikan mengenai hasil dari pengolahan data dan hasil penelitian. Hasil tersebut kemudian akan dijadikan sebagai dasar dalam mengambil kesimpulan untuk penelitian.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang didapat dari hasil pengolahan analisis yang telah dilakukan dari rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya serta memberikan rekomendasi terhadap penelitian selanjutnya.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA