

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pulau Bali dikenal karena keelokan alamnya dan kekayaan tradisinya yang menjadikan tujuan favorit baik bagi wisatawan asing maupun lokal. Oleh karena itu, peran hotel dalam industri perhotelan menjadi sangat penting dalam mendukung pariwisata di Bali. Tanpa adanya akomodasi yang memadai, pariwisata di Bali tidak dapat berkembang secara optimal sehingga industri perhotelan yang berkualitas dan beragam fasilitasnya sangat dibutuhkan dalam kemajuan sektor pariwisata. Sebagai akibatnya, industri perhotelan di Bali mengalami pertumbuhan yang pesat sejalan dengan perkembangan industri pariwisata di Bali, salah satunya adalah objek wisata di Kabupaten Buleleng yang dapat dilihat dari letak kawasan pariwisata yang begitu beragam.

Berdasarkan informasi yang tercatat dalam laporan resmi Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng pada tahun 2021, tidak hanya terdapat destinasi wisata yang tersedia di wilayah tersebut tetapi juga tersedia layanan akomodasi yang bertujuan untuk memfasilitasi pengunjung dalam mengistirahatkan diri setelah mengeksplorasi tempat-tempat wisata yang ada di daerah Buleleng. Dalam menentukan pilihan terhadap sebuah hotel, pengunjung juga mempertimbangkan aspek-aspek kualitas layanan yang tercermin melalui penampilan fisik karyawan maupun hotel, kesediaan fasilitas, kelengkapan, dan sikap serta penampilan staf

hotel. Tingkat kepuasan pelanggan dapat terukur ketika tingkat kualitas layanan melebihi ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan. Kenaikan tingkat kepuasan pelanggan secara umum seringkali terkait erat dengan peningkatan mutu pelayanan yang disuguhkan oleh penyelenggara layanan. Dalam industri yang didominasi oleh sejumlah perusahaan yang serupa, strategi pemasaran yang cermat dan inovatif menjadi penting bagi para pelaku usaha untuk menarik minat konsumen, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara optimal. Berikut ini merupakan daftar hotel yang ada pada Kota Singaraja dapat diperhatikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1  
Daftar Hotel Berdasarkan Kelas di Kota Singaraja

No.	Nama Hotel	Kelas
1.	Singaraja Hotel	Bintang 3
2.	RedDoorz Plus @ Singaraja	Bintang 2
3.	Mandari Hotel	Bintang 2
4.	Sentral Hotel	Bintang 2
5.	Grand Wijaya Hotel	Bintang 2
6.	Duta Karya Hotel	Bintang 1
7.	Lidah Lokal Guest House Singaraja	Bintang 1

Sumber: Data diolah oleh penulis

Penelitian ini dilakukan pada salah satu hotel di Singaraja yang awalnya bernama Pop Hotel Hardys Singaraja kini berubah menjadi Singaraja Hotel. Singaraja Hotel merupakan suatu industri yang menyediakan jasa perhotelan yang berada di Kota Singaraja. Singaraja Hotel ini yang semulanya bernama Pop Hotel Hardys Singaraja yang didirikan pada tahun 2014 memiliki 125 kamar hunian dengan beberapa fasilitas seperti kolam renang, pantai, penyewaan sepeda, dll. Terdapat usaha sejenis yang ada di Singaraja seperti RedDoorz Plus @ Singaraja, Mandari Hotel, Hotel Sentral, Grand Wijaya Hotel, Duta Karya Hotel dan Lidah

Lokal Guest House Singaraja, namun Singaraja Hotel merupakan satu-satunya hotel di Singaraja dengan kelas bintang tiga dan lebih dikenal masyarakat karena fasilitas dan jasa yang ditawarkan lebih bervariasi. Tingkat persaingan yang tinggi antar bidang usaha perhotelan menjadikan konsumen membandingkan kualitas pelayanan maupun citra perusahaan yang ditawarkan. Observasi awal menunjukkan bahwa Singaraja Hotel telah berhasil mempertahankan kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan sebagai strategi utama dalam kelangsungan bisnisnya. Namun demikian, terdapat fluktuasi yang cukup mencolok dalam jumlah pelanggan yang mengunjungi hotel tersebut dalam enam bulan terakhir. Berikut merupakan tabel jumlah kunjungan tamu yang menginap pada Singaraja Hotel pada bulan Januari – Juni pada tahun 2023.

Tabel 1. 2  
Jumlah Kunjungan Tamu yang Menginap pada Singaraja Hotel pada bulan Januari – Juni pada tahun 2023.

Bulan	Target Kamar yang Terjual	Kamar yang Terjual	% Penjualan Kamar
Januari	2.480	1.776	71.61%
Februari	2.240	1.525	68.08%
Maret	2.480	2.210	89.11%
April	2.490	1.400	56.22%
Mei	2.480	1.964	79.19%
Juni	2.400	2.098	87.42%

Sumber: Singaraja Hotel, 2023.

Berdasarkan Tabel 1.2 memperlihatkan banyaknya kunjungan tamu yang menginap pada Singaraja Hotel mengalami fluktuasi, dimana jumlah pelanggan mengalami penurunan sebesar 251 pelanggan (Januari – Februari) selanjutnya mengalami peningkatan sebanyak 685 pelanggan (Februari – Maret), mengalami penurunan sebanyak 810 pelanggan (Maret – April), kemudian mengalami peningkatan sebanyak 564 pelanggan (April – Mei) dan selanjutnya mengalami

peningkatan sebanyak 134 pelanggan (Mei – Juni). Meskipun Singaraja Hotel diperhitungkan sebagai akomodasi berbintang tiga di Singaraja dengan fasilitas yang superior jika dibandingkan dengan pesaingnya, namun hotel ini masih menghadapi fluktuasi dalam jumlah tamu yang datang. Ini dianggap sebagai hasil dari citra perusahaan dan tingkat layanan Singaraja Hotel yang unggul. Berdasarkan hasil observasi di lapangan terhadap 40 customer atau wisatawan yang pernah menginap di Singaraja Hotel, lebih dari setengahnya menyatakan kurang puas terhadap pelayanan Singaraja Hotel. Diperkuat juga dari data hasil review pada website akomodasi bahwa Singaraja Hotel mendapatkan rating atau bintang 4,1 dari lima yang mana dari hasil review tersebut banyak yang mengajukan keluhan terhadap layanan yang diberikan, sehingga citra perusahaan Singaraja Hotel kurang sesuai dengan citra perusahaan dengan standar hotel kelas bintang tiga. Apabila sebuah hotel dikenal memiliki reputasi yang positif serta menyuguhkan layanan yang unggul, maka ada kemungkinan besar bahwa pengunjung akan cenderung untuk kembali dan menginap di hotel tersebut secara berulang. Di sisi lain, ketika terjadi permasalahan terkait kualitas layanan atau reputasi yang kurang baik, para calon pengunjung mungkin akan mencari opsi penginapan yang lain sebagai alternatif.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil penilaian yang bersifat subjektif yang terbentuk dari perbandingan antara pengalaman pelanggan yang sebenarnya dengan ekspektasi yang dimiliki. Ketika seseorang membandingkan kinerja suatu produk atau layanan dengan harapan mereka, mereka dapat menentukan apakah mereka puas atau tidak. Hal ini dikenal sebagai kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2009:177). Kotler (2008:169) menyatakan bahwa terdapat sejumlah faktor yang

memengaruhi tingkat kepuasan konsumen, termasuk di antaranya adalah kualitas layanan, harga, dan reputasi perusahaan. Perusahaan berupaya untuk memastikan kepuasan konsumen dengan menyajikan layanan terbaik dan menjaga reputasi perusahaan agar tetap mempertahankan basis pelanggan. Pemenuhan kepuasan konsumen melibatkan serangkaian tindakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Konsep kepuasan pelanggan dijelaskan sebagai hasil evaluasi sejauh mana pengalaman pelanggan memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2016). Hasil dari proses penjualan ialah rasa puas atau tidak puas konsumen terhadap suatu produk ataupun layanan, dan hal ini memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana pelanggan bertindak terhadap produk ataupun jasa yang bersangkutan. Menurut temuan penelitian Nugroho (2018) sebelumnya, kualitas layanan dan citra perusahaan memiliki dampak simultan dan parsial atas kepuasan konsumen. (Hendrison & Elfi Husda, 2020) menyatakan bahwasanya kepuasan konsumen terpengaruh oleh lokasi, kualitas layanan, dan citra perusahaan sekaligus. Harga, citra perusahaan, dan kualitas layanan semuanya berdampak pada Kepuasan konsumen, menurut penelitian Winarno dkk. (2022). Subantoro (2019) selanjutnya mengatakan bahwa Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh citra perusahaan dan kualitas layanannya.

Pelanggan melihat kualitas dan penawaran produk atau layanan sebelum memilih layanan tertentu. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Molan (2012:143) kualitas merujuk pada keseluruhan aspek dan atribut dari produk maupun jasa yang ditentukan oleh kemampuan dalam memenuhi kebutuhan yang secara eskplisit maupun implisit dinyatakan oleh konsumen. Fokus pada kualitas menitikberatkan pada fitur dan karakteristik yang memastikan produk maupun



layanan tersebut memuaskan kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2016). Industri perhotelan adalah salah satu sektor jasa yang menekankan pentingnya kualitas layanan. Tingkat kualitas pelayanan yang optimal menjadi faktor kunci dalam upaya mencapai kepuasan pelanggan. Sehingga, pelanggan merasa puas ketika menerima pelayanan berkualitas tinggi. Menurut penelitian Refiyanti dkk. (2021) dan Yuvanda & Satyakristi (2020) pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dipaparkan berasal dari kualitas layanan yang disediakan. Sebaliknya, penelitian Safavi dan Hawignyo (2021) memperlihatkan bahwasannya kualitas layanan berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Saat mengambil keputusan untuk memanfaatkan layanan hotel, konsumen akan mempertimbangkan sejumlah faktor, salah satunya adalah reputasi atau citra perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri yang akan menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan. Hotel yang terbukti memiliki reputasi yang baik sering kali membuat konsumen mengabaikan faktor-faktor lain. Kotler dan Keller (2016:4) menjelaskan bahwasannya citra ialah interpretasi subjektif yang terbentuk dalam pikiran individu terhadap suatu objek, barang, atau organisasi, dan sering kali menjadi bagian penting dari ingatan konsumen. Suhandang (2010) menyatakan bahwa citra mencerminkan identitas suatu entitas organisasi atau perusahaan. Kualitas citra perusahaan yang superior berdampak positif pada tingkat kepuasan konsumen. Pelanggan mendapatkan kebanggaan dan kepercayaan diri dalam perusahaan sebagai hasil dari pengalaman positif mereka menggunakan layanannya. Andreassen., dkk. (2016) mengemukakan kalau faktor-faktor yang membentuk citra perusahaan meliputi iklan, hubungan masyarakat, citra fisik, dan

pengalaman aktual. Citra dapat berubah menjadi baik mapupun buruk, dan akan diingat kembali saat nama atau image perusahaan tersebut disebut ataupun terlintas dalam pikiran pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Subantoro & Wahyuati, 2019) mengatakan bahwasannya kepuasan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh citra perusahaan. Demikian pula, penelitian oleh Maryati dkk. (2020) memperlihatkan bahwasannya Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan citra perusahaan. Namun, citra perusahaan tidak memiliki dampak yang terlihat pada kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas layanan mempunyai dampak yang baik dan signifikan (Lutfiyani & Soliha, 2019). Dengan merujuk kepada paparan sebelumnya serta adanya variasi temuan dalam penelitian sebelumnya, disarankan untuk menjalankan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Singaraja Hotel”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, maka bisa diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada Singaraja Hotel adalah sebagai berikut:

- 1) Banyaknya hotel-hotel di Singaraja membuat Singaraja Hotel harus bersaing dengan cara yang baik.
- 2) Pelayanan yang ditawarkan oleh staff Singaraja Hotel masih dirasa kurang nyaman oleh pelanggan.
- 3) Adanya fluktuasi jumlah pelanggan pada Singaraja Hotel pada Januari – Juni 2023.

- 4) Citra yang dimiliki oleh Singaraja Hotel tidak mencerminkan hotel bintang tiga.
- 5) Adanya variasi dalam hasil penelitian terkait dengan dampak kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan ketidakkonsistenan dalam penemuan.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Dengan merujuk pada pemaparan sebelumnya, fokus penelitian ini terarah kepada kepuasan pelanggan sebagai variabel terkait, yang terpengaruh oleh kualitas pelayanan dan citra perusahaan sebagai variabel bebas, terutama di Singaraja Hotel.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Dengan merujuk pada permasalahan penelitian sebelumnya, rumusan masalah yang terungkap dalam kajian ini ialah sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Singaraja Hotel?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Singaraja Hotel?
- 3) Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Singaraja Hotel?



### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji:

- 1) Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada Singaraja Hotel.
- 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Singaraja Hotel.
- 3) Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada Singaraja Hotel.

### 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat hasil penelitian yang didapat dari penelitian ini, yakni :

- 1) Manfaat Teoritis

Harapannya, penelitian ini bisa berguna sebagai referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dengan topik yang sama, seperti kepuasan pelanggan, citra perusahaan, dan kualitas layanan. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi untuk meningkatkan kemajuan teori ilmu manajemen dalam bidang manajemen pemasaran.

- 2) Manfaat Praktis

- a) Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan bagian dari perjalanan akademis yang bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih

mendalam mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan citra perusahaan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat memberikan kontribusi positif pada perkembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen.

b) Bagi Perusahaan

Harapannya, Hotel Singaraja akan menggunakan temuan studi ini sebagai masukan dan data tambahan mengenai citra perusahaan dan kualitas layanan untuk mengembangkan kepuasan pelanggan.

