

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Setiap orang pasti memiliki ide untuk mengembangkan usahanya yang terdapat bermacam-macam aspek persaingan disemua jenis bidang. Dalam situasi tersebut strategi penting dalam memenuhi target volume penjualan, untuk meningkatkan dan memenangkan persaingan setiap perusahaan dapat memperkenalkan produk/jasa sehingga bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Perkembangan bisnis yang semakin ketat salah satunya adalah bisnis hotel. Hotel ialah usaha jasa akomodasi yang terdapat unsur pelayanan, fasilitas yang diperlukan, serta ketenangan bagi mereka yang hendak mencari sarana penginapan buat liburan maupun kepentingan keluarga. Usaha akan berhubungan dengan orang-orang yang menjadi pelanggan. Dinyatakan puas apabila tingkat perasaan membandingkan hasil produk/jasa dapat diterima dan diharapkan oleh konsumen. (Ratnasari dan Aksa, 2016: 117). Dalam mempersempit terjadinya kesenjangan antara pihak manajemen serta pelanggan maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan. Misalnya, untuk mengetahui persepsi pelayanan terhadap pelanggan dapat melakukan penelitian menggunakan metode customer fokus, dengan menyebarkan kuesioner dalam beberapa periode. (Ratnasari dan Aksa (2016: 118)

Kualitas pelayanan harus diutamakan oleh perusahaan sebab jika pelayanannya tidak baik, kemungkinan pelanggan tidak akan merasa puas.

Promosi bertujuan menginformasikan agar lebih dikenal oleh pelanggan serta dapat membujuk pelanggan, sehingga konsumen mencoba menggunakan produk/jasa tersebut. Salah satu alat komunikasi yang dipakai oleh perusahaan adalah periklanan, menurut Stanton, dkk (1994) dalam Sunyoto (2015: 153), periklanan merupakan bentuk promosi yang penyajiannya tidak dilakukan oleh orang pribadi, namun menggunakan pembayaran sponsor tertentu melalui media massa, media cetak dan sebagainya.

Hotel yang ada di Kota Probolinggo salah satunya adalah Hotel Tampiarto Plaza Probolinggo yang didirikan pada tanggal 04 Januari 1980 silam, ini terletak dilokasi yang cukup strategis karena bisa dituju dari segala arah penjurur Kota Probolinggo yakni yang ber alamat di Jl. Suroyo No. 15, Tisnonegaran, Kec. Kanigaran Kota Probolinggo, Jawa Timur 67217. Karena tempat wisata yang lumayan banyak dikawasan Probolinggo diharapkan bisa menarik para wisatawan lokal maupun mancanegara buat menjadikan Kota Probolinggo sebagai salah satu daerah tujuan wisata maupun kepentingan resmi mereka. Hotel Tampiarto Plaza telah dinyatakan sebagai hotel berbintang 3 (tiga) di Kota Probolinggo dimana Hotel ini dibangun secara bertahap, tahap 1sampai 2. Hotel ini juga menyediakan beberapa fasilitas pendukung lainnya seperti restaurant, parkir, kolam renang serta fasilitas lainnya.

Pada masa kini banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa, salah satunya bidang perhotelan dan diakibatkan pihak Hotel Tampiarto perlu mempertahankan kepuasan konsumen, Sehingga bisa mengurangi persaingan

dengan hotel lainnya. Hotel Tampiaro harus memberikan kualitas pelayanan serta promosi yang baik sesuai penawaran, agar kepuasan pelanggan meningkatkan. Sesuai penjelasan, penelitian dilakukan serta mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Tampiaro Plaza Probolinggo”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Menurut Sugiyono (2017:35) “Rumusan masalah itu merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data”.

Rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Tampiaro Probolinggo.
2. Adakah pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Tampiaro Probolinggo.
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Tampiaro Probolinggo.

### **1.3 Batasan Permasalahan**

Untuk dapat lebih memfokuskan pembahasan pemecahan permasalahan pada penelitian ini, maka diberikan suatu batasan yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan pada seluruh departemen di Hotel Tampiaro Probolinggo dengan obyek penelitian konsumen yang menginap dan menggunakan fasilitas di Hotel Tampiaro Probolinggo.

2. Pembahasan hanya ditujukan pada kualitas pelayanan dan promosi yang berpengaruh signifikan secara parsial serta simultan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Tampiaro Probolinggo.
3. Analisis digunakan berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada responden yang menginap dan menggunakan fasilitas di Hotel Tampiaro Probolinggo.

#### **1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun dalam tujuan penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tampiaro Probolinggo.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tampiaro probolinggo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tampiaro Probolinggo.

##### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Praktisi

Dengan adanya penerapan konsep kualitas pelayanan dan promosi yang telah ada di dalam perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sebuah pertimbangan dalam mengevaluasi strategi

kualitas pelayanan dan promosi baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga diharapkan hasilnya dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Bagi Akademisi

Dalam rangka mengembangkan materi perkuliahan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan bahasan penelitian ini. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta memperluas wawasan terhadap penerapan kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

### **1.5 Asumsi**

Asumsi penelitian merupakan anggapan dasar yang kemungkinan besar terjadi, sehingga mempengaruhi pelaksanaan langkah pemecahan masalah. Untuk mengarahkan hipotesis atau jawaban sementara yang telah diberikan pada pencapaian suatu pembahasan, maka penelitian ini diberikan asumsi sebagai anggapan dasar, yaitu:

1. Tidak ada larangan signifikan terhadap operasional hotel oleh pemerintah.
2. Hotel Tampiarto melakukan Promosi dengan berbagai cara seperti periklanan (majalah, brosur, sosial media, dll) sesuai dengan keinginan perusahaan.
3. Hotel Tampiarto memberikan kualitas pelayanan dengan baik.

4. Persepsi semua orang terhadap promosi dan kualitas layanan Hotel Tampiaro berbeda-beda.
5. Kepuasan pelanggan terhadap layanan Hotel Tampiaro berbeda satu sama lain.
6. Kepuasan konsumen akan timbul pada konsumen jika merasakan kualitas pelayanan dan promosi pada Hotel Tampiaro Probolinggo sesuai yang diharapkan konsumen.