

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Akhir-akhir ini perekonomian sektor jasa yang menjadi andalan Indonesia adalah industri pariwisata yang merupakan salah satu industri yang mampu menjanjikan pertumbuhan ekonomi yang cepat. Perkembangan industri pariwisata mengakibatkan terbukanya kesempatan kerja, peningkatan pendapatan dan taraf hidup masyarakat, juga dapat mengaktifkan industri seperti kerajinan tangan, cinderamata, penginapan, dan transportasi. Hotel merupakan sarana pokok yang memegang peranan penting dalam perkembangan industri pariwisata karena hotel menyediakan sarana, akomodasi dan pelayanan bagi wisatawan.

Oleh karena itu saat ini kondisi persaingan pada sektor jasa yang semakin meningkat, mengharuskan perusahaan untuk terus meningkatkan layanan konsumennya. Hampir semua industri jasa memfokuskan diri pada upaya meningkatkan pelayanan yang diberikan. Pada umumnya semakin lama konsumen menjalin hubungan dengan perusahaan, mereka biasanya lebih mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Tjiptono (2012:24), “Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen”. Selain kualitas pelayanan, faktor promosi juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Menurut Sunyoto (2014:155) “Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut”. Adapun alat-alat yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara, yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, personal selling yang disebut bauran

promosi. Kepuasan konsumen untuk menggunakan jasa merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, selain kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya, perusahaan harus mempunyai kelebihan seperti memberikan promosi yang lebih baik dari pesaing. Biasanya konsumen dalam menggunakan layanan jasa akan membandingkan promosi perusahaan dengan perusahaan yang lain, memilih layanan jasa yang mempunyai promosi lebih besar, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau alasan lainnya.

Menurut Kotler and Keller (2012:117), “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap harapan mereka”. Perusahaan akan berhasil mendapatkan konsumen dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi baik, serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang bisa dilihat dari tindakan konsumen dalam menginap ulang, bahkan mampu melakukan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Menurut Kotler (2012:18) “loyalitas pelanggan adalah suatu ukuran keterikatan pelanggan terhadap suatu produk yang terwujud pada keinginan untuk merekomendasikannya pada orang lain”. The Media Hotel & Towers Jakarta merupakan salah satu hotel berbintang lima yang ada di Jakarta. The Media Hotel & Towers ini telah menjadi salah satu hotel terkemuka. Agar tidak kalah bersaing dengan hotel baru maka The Media Hotel & Towers Jakarta perlu memberikan kualitas pelayanan dan promosi untuk memuaskan pelanggan yang menginap. Pengertian kualitas layanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dinyatakan baik dan memuaskan sehingga dapat terbentuk loyalitas pelanggan. Perusahaan akan berhasil memperoleh konsumen dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa

manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi baik, serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan perhotelan yang bisa dilihat dari tindakan konsumen dalam menginap ulang, bahkan mampu melakukan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan perhotelan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian diatas, maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta”

### **1.2. Perumusan masalah**

Dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan penulis diatas, penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta?
2. Seberapa besar pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta?
3. Seberapa besar pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta?
4. Seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan promosi terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta.
2. Mengetahui besarnya pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta.
3. Mengetahui besarnya pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta.
4. Mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan promosi terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian atau pembuatan suatu karya tulis ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, selain itu ditujukan agar dapat memberikan manfaat yang berguna bagi para pembaca, pemerhati dan intitusi atau lembaga yang terkait langsung, manfaat yang diharapkan dapat berguna bagi :

##### **1. Bagi Ilmu Pengetahuan**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan berfikir dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

##### **2. Bagi Regulator**

Hasil penelitian dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan promosi sehingga dapat mendapatkan dan menjaga loyalitas pelanggan pada The Media Hotel & Towers Jakarta.

##### **3. Bagi Peneliti**

Dimana hasil penelitian dapat digunakan sebagai pembandingan untuk penelitian dengan tema yang sama dan sebagai bahan informasi untuk peneliti selanjutnya serta memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.