

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang sedang berbenah untuk menyiapkan puluhan objek wisata alam sebagai daya tarik utama agar para turis tertarik untuk melancong ke pariwisata yang ada di Daerah Lampung. Hal ini juga yang memicu terjadinya peningkatan pada sektor wisata yang ada di Lampung serta terus terjadinya perbaikan sarana prasana yang diharapkan nantinya akan berdampak pada tingginya kunjungan wisatawan baik lokal maupun internasional untuk melakukan perjalanan ke Lampung baik dalam kepentingan liburan ataupun dalam kepentingan suatu bisnis.

Fenomena saat ini yang sedang terjadi seiring dengan berkembangnya wisata yang ada di Provinsi Lampung itu sendiri dapat dilihat dari terdapat peningkatan jumlah wisatawan ke daerah ini. Sepanjang 2019, Dinas Pariwisata Provinsi Lampung mencatat kunjungan wisatawan domestik dan asing mencapai 7,5 juta orang. Padahal, jumlah kunjungan wisatawan ke Lampung pada 2018 hanya 5,5 juta orang. Lampung menjadi destinasi wisata yang makin terbuka, sehingga para investor makin tertarik berinvestasi di daerah ini. Hal ini tentu dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk terus mengembangkan sektor perhotelan yang ada pada Provinsi Lampung.

Industri perhotelan merupakan suatu bentuk industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan, desain bangunan, lokasi yang strategis, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta dikamar hotel, restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas, pelayanan dan lokasi merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan pelayanan yang dijual adalah keramahan dan keterampilan staff atau karyawan hotel dalam

melayani konsumen. Persaingan bisnis perhotelan di Lampung adalah salah satu fenomena yang menarik untuk kita simak, hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah kamar untuk setiap hotel berbintang dan tingkat hunian. Pesatnya pertumbuhan bisnis pada sektor perhotelanpun mengakibatkan tingkat persaingan antar hotel yang tinggi dan menimbulkan kekhawatiran antar pelaku bisnis. Sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa, bisnis perhotelan harus berusaha sebaik mungkin dalam menarik minat kunjung konsumen sebanyak mungkin, khususnya melalui strategi-strategi yang berorientasi pada kepuasan konsumen.

Sekitar awal tahun 2020 terdapat suatu fenomena baru yang sangat berdampak besar bagi sector pariwisata hal ini sangat terasa sekali dampaknya terhadap sector perhotelan yang dimana hal tersebut dikarenakan merebaknya pandemic virus corona yang mengakibatkan terhambatnya seluruh operasional perhotelan di Indonesia tidak terkecuali di daerah Lampung itu sendiri. Di tengah ketatnya persaingan bisnis perhotelan tersebut serta dengan adanya masalah pandemic yang sedang terjadi sampai saat ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang dapat bersaing. Dalam membeli suatu produk, konsumen biasanya berusaha memaksimalkan nilai (*value*) yang dirasakannya. Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa adanya konsumen maka perusahaan tidak akan bisa bertahan. Aset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan konsumen. Karena itu, tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan, karena dengan memuaskan konsumen, suatu perusahaan akan mampu bersaing atau mengungguli pesaingnya. Dalam memasarkan barang atau jasa perusahaan selalu berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan para konsumen lama ataupun yang baru. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang

ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima tersebut dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen satu dengan lainnya akan berbeda sesuai dengan persepsi, keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Menurut Kotler (2015,p.180) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau layanan yang diberikan

Grand Citihub Hotel Bandar Lampung merupakan salah satu hotel yang ada di Bandar Lampung yang beralamatkan di Jl. Kartini No.41 Palapa Kec. Tanjung Karang Pusat, Bandar Lampung, Indonesia. Grand Citihub Hotel memiliki letak yang strategis yang dimana Grand Citihub Hotel berada di tengah pusat kota dan juga memiliki kemudahan yang ada pada akses ke pusat perbelanjaan dan kuliner, hal ini diharapkan Grand Citihub Hotel mampu menarik sebanyak mungkin pengunjung baik dari dalam dan luar kota. Grand Citihub Hotel Bandar Lampung dibangun secara estetis dengan desain modern untuk mencerminkan keindahan abadi, gaya cerdas yang menciptakan kenyamanan menginap namun tetap terjangkau adalah salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh Grand Citihub Hotel Bandar Lampung. Nilai - nilai yang dianut oleh Grand Citihub Hotel Bandar Lampung untuk terus meningkatkan komitmennya pada konsumennya adalah Integritas, Membangun kepercayaan, Pembelajaran Terus menerus, Kerja tim, Komunikasi yang efektif. Hal ini menjadi acuan untuk memastikan bahwa pengunjung selalu merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Namun upaya yang dilakukan oleh Grand Citihub Hotel Bandar Lampung nyatanya masih belum semaksimal yang diharapkan terlepas dari masalah pandemik yang sedang terjadi sampai saat ini. Hal ini dari jumlah pengunjung

per tahun 2020 yang belum memenuhi target pengunjung Grand Citihub Hotel Bandar Lampung. Penyebab terjadinya masalah tersebut dikarenakan terdapat gap antara harapan konsumen dengan realitas layanan yang diberikan Grand Citihub Hotel Bandar Lampung serta masih minimnya kepuasan yang dirasakan konsumen akan Grand Citihub Hotel Bandar Lampung seiring dengan terjadinya pandemic Covid 19 yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen Grand Citihub Hotel Bandar Lampung, selain itu terdapat gap antara harapan konsumen dengan realitas layanan yang diberikan pada Grand Citihub Hotel Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dari adanya keluhan yang diajukan pengunjung terkait kualitas yang dirasakan konsumen pada Grand Citihub Hotel Bandar Lampung. Hal tersebut dapat kita lihat pada tabel 1.2 di bawah ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.1**

**Data Keluhan Konsumen Grand Citihub Hotel Bandar Lampung pada 2021**

<b>Perihal Keluhan</b>	<b>Jumlah</b>
Harga Tak Sesuai	11
Fasilitas Rusak	18
Keterlambatan pelayanan	41
Miskomunikasi	24
Keramahan	16

*Sumber : Grand Citihub Hotel Bandar Lampung, 2021*

Dari data pada table 1.1 di atas dapat dilihat terjadi keluhan-keluhan pengunjung dengan jumlah yang relatif besar. Menurut info yang di dapat pada Grand Citihub Hotel Bandar Lampung 40% keluhan yang terjadi datang dari konsumen, tentu saja ini akan berakibat fatal terhadap kepuasan konsumen tersebut. Dari keluhan-keluhan tersebut, keterlambatan, miskomunikasi, dan keramahan menjadi keluhan dengan jumlah terbanyak. Hal ini mengindikasikan rendahnya kualitas jasa yang diberikan oleh Grand Citihub Hotel Bandar Lampung yang diberikan pada konsumennya. Sehingga dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen Grand Citihub Hotel Bandar Lampung perlu memperhatikan kepuasan

konsumennya, hal ini dikarenakan konsumen merupakan unsur yang terpenting dalam kegiatan jasa perhotelan yang dikelola oleh perusahaan. Kepuasan konsumen banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah kualitas jasa itu sendiri.

Pelayanan pada dasarnya mempunyai target atau sasaran yang sederhana saja yaitu dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen selaku pengguna layanan. Meskipun sasaran dari pelayanan cukup sederhana tetapi pelaksanaannya tidaklah semudah yang diucapkan karena untuk mencapai itu semua diperlukan suatu pelayanan yang berkualitas. Demikian pula dengan Grand Citihub Hotel Bandar Lampung sebagai organisasi pelayanan jasa harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Karena dalam organisasi pelayanan jasa masalah kualitas pelayanan menjadi masalah penting dan mendasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen selaku penggunaan layanan jasa.

Berdasarkan hasil prasurvey yang telah dilakukan peneliti pada beberapa konsumen Grand Ciihub Hotel Bandar Lampung terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang telah menginap pada hotel tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah harga sewa kamar yang tidak sesuai dengan fasilitas yang didapat. Konsumen merasa untuk harga tersebut fasilitas yang didapat kurang sebanding dengan uang yang telah dikeluarkan. Selain itu beberapa fasilitas juga tidak dapat digunakan dengan baik dan terdapat pula fasilitas yang telah rusak. Hal tersebut berakibat konsumen merasa kurang nyaman sehingga berakibat kepuasan yang didapat menjadi rendah. Seharusnya pihak Grand Citihub memberikan fasilitas yang terbaik bagi para konsumen yang telah datang untuk menginap, namun kenyataannya fasilitas yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

Selain itu pelayanan yang diterima konsumen dari karyawan yang bekerja di Grand Citihub dianggap kurang baik. Karyawan dianggap kurang ramah pada beberapa konsumen, sehingga konsumen merasa kurang nyaman untuk sekedar bertanya sesuatu ataupun meminta bantuan. Selain itu sering terjadi kesalahan dalam berkomunikasi ketika konsumen meminta bantuan kepada karyawan. Hal tersebut mengakibatkan kepuasan konsumen terhadap pelayan yang diberikan oleh Grand Citihub menjadi kurang baik.

Menurut Sugiono (2014), kualitas jasa mengacu pada kualitas penawaran jasa yang diharapkan dan dirasakan. Hal ini terutama dengan menentukan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Banyak perusahaan yang memprioritaskan kualitas jasa yang diharapkan dan dirasakan untuk mempertinggi kualitas jasa tersebut. Menurut Parasuraman dalam Sugiono (2014) ada beberapa indikator dalam kualitas jasa yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu; Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*) dan Bukti langsung (*tangibles*). Dari ke lima indikator tersebut, sesuai dengan keluhan pengunjung yang terjadi, terdapat masalah pada indikator empati, dimana pelayan dan pihak manajemen hotel kerap melakukan miskomunikasi dengan konsumen hotel tersebut. Khusus yang sering terjadi ketika konsumen meminta order makanan lewat telepon, namun pelayan salah memberikan menu order atau memberi dengan jumlah yang salah. Di lain sisi, keluhan terhadap fasilitas juga terjadi, seperti bantal keras, sinyal TV yang kurang baik, atau bau ruangan yang apek. Keandalan Grand Citihub Hotel Bandar Lampung pun dirasa kurang baik, terlihat dari komplain konsumen yang mengeluhkan layanan yang lambat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, saya sebagai peneliti ingin melakukan penelitian tersebut dengan mengambil judul penelitian

yang berjudul “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA GRAND CITIHUB HOTEL BANDAR LAMPUNG”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat tingkat kepuasan konsumen pada Grand Citihub Hotel Bandar Lampung?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup penelitian ini adalah konsumen yang pernah menginap pada Grand Citihub Hotel Bandar Lampung.

### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Batasan objek penelitian agar dapat lebih mengarahkan pembahasan, maka penelitian ini dibatasi mengenai kepuasan konsumen khususnya kepuasan konsumen pada Grand Citihub Hotel Bandar Lampung.

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah wilayah Bandar Lampung.

### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Juni s.d Agustus 2021.

### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah manajemen pemasaran yang mencakup tentang kepuasan konsumen.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada Grand Citihub Hotel Bandar Lampung.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Memberikan saran dan masukan kepada Grand Citihub Hotel Bandar Lampung agar dapat menjadi bahan pemikiran dan evaluasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya bidang ekonomi yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

3. Bagi Intitusi

a. Menambah referensi perpustakaan Manajemen IBI Darmajaya.

b. Diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa dan mahasiswi dalam rangka meningkatkan pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran.

c. Menambah informasi, sumbangan penelitian bahan kajian dalam penelitian.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, dikemukakan mengenai latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian. Beberapa data disajikan pula di bab ini.



## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang konsep dan teori mengenai pemasaran, jasa, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen. Selanjutnya dari konsep tersebut akan dirumuskan hipotesis dan akhirnya terbentuk suatu kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitian ini.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang definisi operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data serta teknik analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan teknik analisis yang ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan tentang hasil analisis tersebut.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**