

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era perkembangan bisnis saat ini, perusahaan menghadapi persaingan yang cukup ketat. Meningkatnya persaingan akan menuntut elemen dari perusahaan untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan para pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan para pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan. Ditinjau dalam strategi pemasaran, konsumen adalah pemain utama dalam bisnis yang merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan. Serta tujuan dari pemasaran adalah untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan maupun keinginan para konsumennya.(kotler,2006:24). Dalam industri perhotelan, yang menjadi indikator utama adalah kepuasan dari pelanggan ialah kualitas pelayanan, harga, dan citra merek sehingga akan terjadi hubungan yang baik dari penyedia jasa dan penerima jasa. Disamping itu, pelaku usaha hotel harus berlomba untuk menarik minat pelanggan menginap di hotel.

Industri pariwisata saat ini juga sudah sangat pesat termasuk juga industri perhotelan dimana sudah dipengaruhi pola pikir pelanggan yang sangat dinamis, setiap pelanggan akan sangat selektif untuk memilih kualitas jasa yang akan ditawarkan oleh pelaku-pelaku bisnis. Industri perhotelan juga menjadi salah satu sarana yang sangat menunjang keberlangsungan perkembangan wisata di Timika, Papua. Timika juga menjadi salah satu tujuan wisatawan untuk berlibur dan untuk melakukan pertemuan seperti *meeting, incentive, conferencing, exhibition*, yang akan dilakukan oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara mengingat salah satu perusahaan tambang terbesar di dunia berada di Timika dan hal ini sangat mempengaruhi industri pariwisata disana.

Rimba Papua Hotel adalah salah satu hotel yang berada di Kwamki. Lokasi hotel ini di Jl. Kwamki Narama, Kota Timika, Provinsi Papua Tengah. Rimba Papua Hotel merupakan hotel bintang 4 yang berada jauh dari keramaian dan dikelilingi oleh pohon-pohon yang rindang dan bergaya klasik, walaupun hotel ini berada di tengah hutan tetapi hotel ini memiliki berbagai fasilitas yang

memadai, kamar yang bervariasi dan juga memiliki fasilitas pelengkap untuk memenuhi kebutuhan pelanggan seperti *restaurant, lounge, spa, fitness center, jogging track 1 km, swimming pool, salon, dan hot spot area* yang akan membuat pelanggan merasa puas.

Terdapat beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain (Boonitt & Rompho,2012), (Karunaratne & Jayawardena, 2010), (Hossain,2012). Pada masa kini telah terjadi pergeseran arti dari definisi kualitas pelayanan. Sebelumnya kriteria kualitas pelayanan ditetapkan dari kriteria yang dimiliki perusahaan namun pada saat ini telah berganti kepada penyesuaian dengan kriteria konsumen. Upaya yang harus dilakukan oleh industri perhotelan adalah meningkatkan kualitas pelayanan, harga, dan citra merek untuk memuaskan konsumen.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terdiri dari keandalan, daya tangkap, jaminan, dan perhatian. Kelima faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan ini dapat dijadikan tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kinerja dengan harapan terhadap suatu produk yang dimiliki seseorang, menurut Kotler dan Keller (2009:177). Sedangkan menurut Tjiptono (2006:360) kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara keinginan yang dimiliki dengan manfaat produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa (Tjiptono, 2019).

Citra merek adalah jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan kepada suatu merek tentang asosiasi dan keyakinan pelanggan terhadap merek tertentu (Shimp, 2003). Citra merek merupakan hal yang penting karena itu biasanya menjadi hal yang pertama kali dilihat oleh konsumen yang ingin menginap di hotel.

Penelitian ini mengkaji kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada Rimba Papua Hotel. Pihak hotel memerlukan hal-hal penting terkait dengan kepuasan konsumen dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada hotel tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rimba Papua Hotel.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Rimba Papua Hotel.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Rimba Papua Hotel.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang dikemukakan diatas maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai bahan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu ekonomi dan manajemen pemasaran.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :
 - a. Dapat menambah wawasan tentang cara menciptakan kepuasan pelanggan.
 - b. Sebagai wujud penerapan ilmu yang telah diperoleh penulis selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa Prodi Manajemen STIE Malangkecewara.

- c. Sebagai bahan masukan untuk menambah karya tulis yang dapat dijadikan motivasi dalam penelitian selanjutnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.
- d. Dapat memberi manfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan, harga, dan citra merek.
- e. Dapat digunakan sebagai evaluasi dan pengetahuan mengenai tingkat pemahaman teori oleh mahasiswa.