

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Jogja adalah sebutan pendek dari sebuah kata yang bernama lengkap Yogyakarta. Dalam bahasa Jawa disebut Ngayoja, yang berasal dari kata Ayodia. Kota Yogyakarta memiliki luas wilayah tersempit dibandingkan dengan daerah tingkat II lainnya, dengan luas wilayah sebesar yaitu 32,5 Km² yang berarti 1,025% dari luas wilayah Propinsi DIY (www.jogjakota.go.id/index/extra.detail/22). Yogyakarta memiliki keanekaragaman budaya yang dapat menarik minat wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara, untuk berwisata ke Yogyakarta.

Candi berusia ribuan tahun seperti Candi Borobudur dan Prambanan, merupakan magnet yang dapat menggaet wisatawan. Selain warisan budaya, Yogyakarta memiliki panorama alam yang indah. Hamparan sawah hijau menyelimuti daerah pinggiran dengan Gunung Merapi tampak sebagai latar belakangnya. Pantai-pantai yang masih alami dengan mudah ditemukan di sebelah selatan Jogja.

Pemerintah Provinsi maupun Pemerintah Kota Yogyakarta senantiasa memberi perhatian peningkatkan kualitas kepariwisataan Yogyakarta termasuk aspek yang terkait dengan kepariwisataan seperti perbaikan sarana transportasi. Dengan peningkatan kualitas layanan kepariwisataan yang baik, maka wisatawan yang berkunjung akan merasa puas dan dengan tingkat kepuasan tersebut

wisatawan akan melakukan proses *word of mouth (WOM)* atau setidaknya kembali menjadikan Yogyakarta sebagai tujuan berlibur.

Salah satu fasilitas penting yang menjadi pendukung industri pariwisata adalah keberadaan industri perhotelan. Industri perhotelan tingkat *Guest House* di Yogyakarta banyak dijumpai di kawasan Sosrowijayan maupun di Prawirotaman. Sedangkan pilihan untuk pilihan hotel berbintang, berikut daftar hotel berbintang yang berada di Yogyakarta

Tabel 1.1. Hotel Berbintang di DIY

Bintang 3	Bintang 4	Bintang 5
Dusun Jogja Village Inn	Century Saphir Hotel	Hyatt Regency
LPP Convention Hotel	Hotel Grand Mercure	Melia Purosani Hotel
Hotel Brongto	Grand Quality Hotel	Sheraton Mustika Resort & Spa
Hotel Queen of the South	Inna Garuda	Hotel Phoenix
Ibis Malioboro Yogyakarta	Jayakarta	
Mutiara Hotel	Novotel	
Puri Artha Hotel	Sahid Raya Yogyakarta	
Sejahtera Family	Santika Hotel	
	Yogyakarta Plaza (Radisson)	

Sumber: BPS Propinsi DIY, 2008

Selain memberikan manfaat kepada wisatawan dan pelaku bisnis perhotelan; industri perhotelan juga memberikan manfaat kepada pemerintah dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah serta penyerapan tenaga kerja. Oleh karena itu Pemerintah DIY dan Kota Yogyakarta senantiasa memberikan perhatian yang besar kepada dua sektor industri tersebut.

Permintaan jasa perhotelan di Kota Yogyakarta dalam beberapa bulan terakhir yaitu antara Februari 2008-April 2008 menunjukkan adanya peningkatan; hal ini sebagaimana tampak dalam tabel 2 dan tabel 3.

Tabel 1.2. Tingkat Penghunian Kamar Hotel Berbintang di DIY

Bulan	Bintang 1	Bintang 2	Bintang 3	Bintang 4	Bintang 5	Seluruh Bintang
Feb. 2008	28,53	22,75	42,60	50,86	49,06	44,76
Mar. 2008	35,22	29,08	51,10	52,39	49,56	48,44
Apr. 2008	30,14	36,13	63,96	52,91	47,57	49,93

Sumber: BPS Propinsi DIY, 2008.

Tabel 1.3. Jumlah Tamu Menginap di Kamar Hotel Berbintang di DIY

Bulan/asal Tamu	Bintang 1	Bintang 2	Bintang 3	Bintang 4	Bintang 5	Seluruh Bintang
Feb. 2008	3.983	1.579	9.861	23.856	7.425	46.704
Mancanegara	224	72	779	2.735	2.486	6.296
Nusantara	3.759	1.507	9.082	21.121	4.939	40.408
Mar. 2008	4.871	2.015	12.815	27.767	8.295	55.763
Mancanegara	355	69	638	3.106	2.835	7.003
Nusantara	4.516	1.946	12.177	24.661	5.460	48.760
Apr. 2008	2.470	3.249	11.354	24.880	9.915	51.868
Mancanegara	89	332	760	2.139	3.094	6.414
Nusantara	2.381	2.917	10.594	22.741	6.821	45.454

Sumber: BPS Propinsi DIY, 2008.

Peningkatan permintaan jasa perhotelan tersebut memberikan implikasi kepada para pelaku bisnis perhotelan Yogyakarta; untuk senantiasa mampu memberikan pelayanan berkualitas yang mampu memuaskan pelanggan.

Pelaku bisnis perhotelan harus mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dengan mengevaluasi secara periodik sampai sejauhmana pelayanan yang diberikan mampu memuaskan konsumen. Sebagai langkah operasional dan strategis, pihak manajemen hotel harus mampu mengidentifikasi atribut-atribut/dimensi-dimensi kualitas pelayanan apa yang menjadi penentu dan dipentingkan oleh pelanggan.

Secara umum untuk industri jasa telah ada instrumen pengukur kualitas jasa yaitu SERVQUAL singkatan dari *Service Quality* (Tjiptono, 2007). Instrumen pengukur kualitas jasa tersebut terdiri atas dimensi-dimensi: bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Tjiptono, 1997).

Namun demikian, instrumen memiliki keterbatasan di antaranya adalah: (1) pengukuran SERVQUAL tersebut berfokus pada proses penyampaian jasa, bukan pada hasil interaksi jasa (*encounter*), (2) Lima dimensi Servqual tersebut tidak universal (Tjiptono, 2007). Oleh karena keterbatasan tersebut, maka langkah yang baik adalah mengembangkan suatu instrumen pengukur kualitas jasa yang sesuai dengan kondisi obyek/perusahaan/organisasi yang akan diteliti. Sebagai contoh, pengembangan instrumen pengukur kualitas jasa untuk bisnis perhotelan pernah dilakukan oleh Min (2002:310) di Korea Selatan. Min (2002:310) mengembangkan instrumen pengukur kualitas jasa dengan menggunakan metode *dynamic benchmarking*. Menurut hasil penelitian tersebut, kualitas jasa hotel terdiri atas dua faktor yaitu: *guest room values* dan *front-office services*. Faktor *Guest room values* terdiri atas 3 dimensi yaitu: *tangibles*, *working environment*, dan *guest room setting*. Faktor *Front-office services* terdiri atas 3 dimensi yang terdiri atas: *responsiveness*, *reliability*, dan *amenity*.

Hotel Santika sebagai salah satu hotel bintang empat yang terdapat di Yogyakarta merupakan hotel yang berskala internasional. Hotel Santika memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan mereka. Oleh sebab itu Hotel Santika dengan reputasi internasionalnya selalu berusaha

menerapkan standar kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan konsumen atas layanan yang diberikan pihak Hotel Santika diharapkan dapat meningkatkan pengambilan keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Santika.

Karena faktor kepuasan pelanggan merupakan variabel yang memiliki peran penting dan strategis, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian empiris mengenai pengaruh kepuasan konsumen terhadap pengambilan keputusan untuk menginap di Hotel Santika Yogyakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Keberadaan hotel memegang peranan penting sebagai sarana pendukung industri kepariwisataan di Yogyakarta. Industri perhotelan dituntut untuk mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan mampu memuaskan tamu. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Apakah konsumen Hotel Santika Yogyakarta puas terhadap kualitas layanan hotel?
2. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap pengambilan keputusan untuk menginap di Hotel Santika Yogyakarta?
3. Apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Hotel Santika Yogyakarta ditinjau dari perbedaan karakteristik demografi konsumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian spesifik dan fokus serta untuk membatasi permasalahan yang diteliti, penulis membuat batasan variabel yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menginap di Horel Santika Yogyakarta.
2. Kepuasan konsumen menurut Dimensi Kepuasan Pelanggan adalah memilah kepuasan pelanggan dalam empat komponen. *Pertama*, mengidentifikasi dimensi kunci kepuasan pelanggan. *Kedua*, meminta pelanggan menilai kualitas jasa berdasarkan item spesifik seperti kecepatan pelayanan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf. *Ketiga*, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item yang sama. Dan *Keempat* meminta pelanggan menentukan dimensi yang paling penting untuk memuaskan pelanggan.

1) *Guest room values*. Dimensi *Guest room values* diukur berdasarkan:

a) *Tangibles*, pengukuran dimensi *tangibles* terdiri dari:

- Ketenangan kamar tidur
- Kebersihan kamar tidur
- Kenyamanan tempat tidur

b) *Working environment*, pengukuran dimensi *working environment* terdiri dari:

- Fasilitas koneksi internet dan fax
- Fasilitas telepon lokal gratis
- Kelengkapan fasilitas ruangan seminar/pertemuan
- Fasilitas meja kerja

c) *Guest room setting*, pengukuran dimensi *guest room setting* terdiri dari:

- Ukuran loby hotel
- Kualitas dan kelengkapan loby hotel
- Suasana loby hotel

2) *Front-office services*. Dimensi *front-office services* diukur berdasarkan:

a) *Responsiveness*, pengukuran dimensi *responsiveness* terdiri dari:

- Kecepatan pelayanan *check in* dan *check out*
- Kesopanan karyawan
- Kemudahan reservasi
- Kecepatan penanganan komplain

b) *Reliability*, pengukuran dimensi *reliability* terdiri dari:

- Keluwesan peraturan hotel
- Kelayakan harga
- Efisiensi waktu untuk menuju pusat bisnis

c) *Amenity*, pengukuran dimensi *amenity* terdiri dari:

- Kelengkapan fasilitas olah raga dan rekreasi
- Hotel dan tour *guide*
- Pelayanan terhadap pelanggan tetap hotel.

3. Pengambilan keputusan untuk menginap memiliki konotasi yang sama dengan pengambilan keputusan pembelian. Pengambilan keputusan untuk menginap, merupakan suatu proses yang dimulai dari proses pengenalan

kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, dan diakhiri dengan keputusan pembelian. Dengan kata lain keputusan pembelian merupakan tindakan aktual konsumen dalam menentukan suatu produk atau jasa yang akan digunakannya (Blacwell *et al.*, 2000:37). Pengambilan keputusan untuk menginap diukur berdasarkan:

- a. Kelengkapan fasilitas fisik Hotel Santika Yogyakarta.
 - b. Ketersediaan fasilitas yang berhubungan dengan kebutuhan kerja.
 - c. Kelengkapan fasilitas *guest room*.
 - d. Kecepatan pelayanan karyawan
 - e. Keandalan pelayanan karyawan
 - f. Kelengkapan fasilitas pendukung
4. Karakteristik demografi responden yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari:
- a. Jenis kelamin:
 - Pria
 - Wanita
 - b. Usia: (Kotler, 1997:238)
 - Kurang dari 20 tahun
 - 20 – 34 tahun
 - 35 – 49 tahun
 - Lebih dari 49 tahun

c. Pendidikan

- SMA/Sederajat atau dibawahnya
- Diploma, Sarjana (S1, S2, S3)

d. Pekerjaan

- Pegawai Negeri Sipil/TNI/POLRI
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Lainnya

e. Penghasilan

- Kurang dari Rp. 1.200.000
- Rp. 1.200.000 – Rp. 2.400.0000
- Rp. 2.400.001 – Rp. 4.800.0000
- Lebih dari Rp. 4.800.000

f. Pengalaman menggunakan jasa layanan Hotel Santika.

- 2 – 3 kali
- Lebih dari 3 kali

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen Santika Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap pengambilan keputusan untuk menginap di Hotel Santika Yogyakarta.

3. Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan kepuasan konsumen terhadap pelayanan Hotel Santika Yogyakarta ditinjau dari perbedaan karakteristik demografi konsumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pengusaha Perhotelan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk menilai kinerja pelayanan hotel yang diukur dari kepuasan konsumen dalam rangka peningkatan pengambilan keputusan untuk menginap di Hotel Santika Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman bagi peneliti secara nyata dalam penyusunan karya ilmiah. Penelitian ini juga memberikan pengetahuan bagi penulis bagaimana tingkat kepuasan konsumen berbintang di Yogyakarta.

3. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan bacaan dan sarana penambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pada bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas jasa.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini akan menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari terdiri dari 5 bab. Sistematika ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran singkat dari keseluruhan penulisan. Penyusunan tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini berisikan tinjauan pustaka dan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini serta hipotesis.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas tentang metodologi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, meliputi desain penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, pengujian instrumen dan alat analisis yang digunakan.

BAB IV Analisis Data

Bab ini berisi tentang analisis data dan pengujian hipotesis serta pembahasan hasil dari analisis data tersebut.

BAB V Kesimpulan

Bab ini merupakan bab penutup dan berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini.