

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang sangat cepat membuat persaingan semakin ketat. Para pelaku dunia bisnis berlomba-lomba untuk meningkatkan profit perusahaannya tidak terkecuali dalam bisnis yang bergerak di sektor pariwisata. Propinsi Lampung merupakan salah satu Daerah Tujuan Wisata di Indonesia. Daerah Lampung juga telah ditetapkan sebagai Daerah Tujuan Wisata bersama-sama dengan 19 provinsi lainnya yang telah memenuhi kriteria penyandang Daerah Tujuan Wisata. Hal ini disebabkan oleh banyaknya tempat wisata yang ada di Propinsi Lampung yang dapat menarik minat para wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing.

Para wisatawan yang berkunjung ke Propinsi Lampung baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing yang melakukan perjalanan umumnya memerlukan serangkaian fasilitas jasa wisata. Salah satu fasilitas jasa wisata yang menunjang perkembangan wisata suatu daerah adalah jasa akomodasi berupa sarana perhotelan.

Hotel adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa. Menurut SK Menteri perhubungan No. SK.241/H/70 mengenai Peraturan Pokok Pengusahaan Hotel menyatakan bahwa:

Hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan serta menyajikan hidangan dan fasilitas lain di dalamnya untuk umum, yang memenuhi syarat-syarat kenyamanan dan bertujuan komersial.

Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukkan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Pengertian hotel ini dapat disimpulkan dari beberapa definisi hotel seperti tersebut di bawah ini :

- a. Salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil.
- b. Bangunan yang dikelola secara komersil dengan memberikan fasilitas penginapan untuk masyarakat umum dengan fasilitas sebagai berikut :
 - 1) Jasa penginapan
 - 2) Pelayanan makanan dan minuman
 - 3) Pelayanan barang bawaan
 - 4) Pencucian pakaian
 - 5) Penggunaan fasilitas perabot dan hiasan-hiasan yang ada di dalamnya.

- c. Sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan dengan memberikan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran.

Klasifikasi Hotel

Klasifikasi hotel dibedakan dengan menggunakan simbol bintang antara 1-5. Semakin banyak bintang yang dimiliki suatu hotel, semakin berkualitas hotel tersebut. Penilaian dilakukan selama tiga tahun sekali dengan tata cara serta penetapannya dilakukan oleh Direktorat Jendral Pariwisata.

Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Saat ini, sering kali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, launching untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas.

Konsumen pada zaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Dewasa ini persaingan di industri perhotelan sangat ketat diakibatkan oleh banyaknya perusahaan sejenis dan semakin banyak alternatif pilihan bagi konsumen. Perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Hal ini perlu dilakukan agar perusahaan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada

konsumennya, sehingga konsumen merasa puas dan memiliki kesan yang baik terhadap hotel tersebut.

Seiring dengan berkembangnya zaman dimana negara-negara berkembang dan negara maju telah memasuki era baru yang disertai dengan persaingan ekonomi semakin ketat. Usaha dalam bidang perhotelan pada prinsipnya adalah salah satu bentuk usaha perdagangan, dimana yang diperdagangkan adalah jasa, dengan semakin ketatnya persaingan pada bisnis perhotelan maka pihak hotel harus menciptakan kualitas jasa yang baik sehingga konsumen merasa puas dan tercipta suatu loyalitas konsumen.

Dunia perhotelan semakin marak, kendati persaingan semakin tajam di Bandar Lampung. Adapun hotel-hotel yang bersaing ketat adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Pesaing Hotel Sahid Bandar Lampung

Nama Hotel	Jenis Hotel	Standar Fasilitas Hotel
1. Sheraton	Hotel Bintang 4	Lengkap
2. Emersia	Hotel Bintang 3	Lengkap
3. Marcopolo	Hotel Bintang 3	Lengkap
4. Sahid	Hotel Bintang 3	Lengkap
5. Amalia	Hotel Bintang 3	Tidak Lengkap
6. Grand Anugerah	Hotel Bintang 3	Tidak Lengkap

Sumber : Asosiasi perhotelan di Bandar Lampung

Pemasaran dalam bisnis perhotelan merupakan aktifitas dengan menggunakan strategi yang direncanakan untuk menyampaikan informasi tentang layanan yang diberikan oleh suatu hotel, serta memberikan rangsangan kepada para tamu untuk memilih produk jasanya dibandingkan produk pesaing. Hotel Sahid Bandar

Lampung dalam menawarkan jasa penginapan bersaing dengan hotel kelas bintang lainnya.

Hotel Sahid merupakan salah satu hotel di Propinsi Lampung yang tergolong dalam hotel bintang III dengan fasilitas dan pelayanan yang cukup lengkap. Hotel Sahid adalah satu-satunya hotel yang terletak di tepi pantai serta memiliki area taman dan area parkir yang cukup luas, dengan luas tanah : 41.307 m² dan luas bangunan 7.455 m².

Pada saat itu, fasilitas hotel dilengkapi seperti : Sarana pemancingan, *Mini zoo*, *Swimming pool*, *Cafe garden*, *Putting Hole*, *Jogging Track*, *Rakata Convention Hall*, *Rakata music club*, dan jumlah kamar yang terdiri dari :

Tabel 1.2 Jumlah dan Tipe Kamar pada Hotel Sahid Bandar Lampung

Tipe Kamar	Jumlah Kamar
Cabanas Room	11
Standart Road View Room	24
Standart Sie View Room	25
Superior Room	3
Family Suite Room	2
Deluxe Room	24
Presiden Suite Room	2
Total	91

Sumber : Hotel Sahid 2014

Pada tahun 1995 Hotel Sahid Bandar Lampung merencanakan pembangunan *Convention Hall* dengan kapasitas 3.500 orang. Pelaksanaan baru mencapai pondasi dan tiang pancang karena terjadi krisis moneter sehingga pembangunan tersebut berhenti sampai sekarang.

Pada tahun 1994 sampai dengan 1995 hotel Sahid Bandar Lampung mengadakan renovasi semua kamar dari total 91 kamar menjadi 80 kamar yang mana 11 kamar Cabanas diubah menjadi perkantoran. Dalam pengelolaan manajemen hotel Sahid Bandar Lampung, dibawah naungan PT SIHM & C (PT. Sahid International Hotel *Management & Consultant*) yang berkedudukan di kantor pusat Jakarta.

Pada saat sekarang, fasilitas Hotel Sahid Bandar Lampung telah berubah lagi sesuai dengan pengembangan (pengurangan dan penambahan fasilitas untuk tamu hotel) antara lain seperti:

Sarana pemancingan terdiri dari dua kolam ikan besar untuk ikan gurame dan ikan lele, *Swimming pool*, *Cafe Garden*, *Sahid Organic Cafe*, Taman Flora dan Fauna, *Jogging Track*, *Reflexiology* untuk kesehatan, *Rakata Convention Hall*, *Outo SPA*, dan *Function Room* (*Tapis Room*), *Way Kanan Room*, *Way Kambas Room* yang diganti dengan *Krakatau Room*, *Raden Intan 1 & 2*, *Outside Catering*, *Laundry & Dry Cleaning*, *Drugstore*, *Sigger Lounge*, *Way Rarem Coffe shop* buka 24 jam dan jumlah kamar 80, yang terdiri dari:

Tabel 1.3 Jenis Kamar pada Hotel Sahid Bandar Lampung

Tipe Kamar	Jumlah	Fasilitas
Superior Mountain View Room & Superior Sea View Room	57 kamar	- Single / Double bed - Bath Room(Bath-up) - AC - Telephone - Televison + TV kabel - Night Lamp - Wadrobe - Mini Bar - Coffee Maker - Bath Towel - Guest Amenities
Deluxe Room	12 kamar	- Single bed - Bath Room (bath-up) - AC - Telephone - Television + TV kabel - Night Lamp - Wadrobe - Mini Bar - Coffee Maker - Bath Towel - Guest Amenities
Executive Room	4 kamar	- Single bed - Bath Room (Shower) - AC - Telephone - TV kabel - Night Lamp - Wadrobe - Deposit Box - Mini Bar - Coffee Maker + Coffee Glass - Bath Towel - Hand Towel - Guest Amenities - Dining Table - Living Room
Luxury Room	2 kamar	- Single Bed - Bath Room (Shower) - AC - Telephone - TV kabel

		- Night Lamp - Wadrobe - Deposit Box - Mini Bar - Coffee Maker + Coffee Glass - Bath Towel - Hand Towel - Guest Amenities - Dining Table - Living Room
--	--	---

Sumber : Hotel Sahid, 2014

Hotel Sahid berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya agar konsumen merasa puas sehingga dapat meningkatkan hunian di hotel tersebut. Adapun tingkat hunian Hotel Sahid dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.4 Tingkat Hunian Hotel Sahid Bandar Lampung Tahun 2008 s/d tahun 2013

Tahun	Jumlah Hunian (orang)	Perubahan (%)
2008	12.087	-
2009	9.905	-18,1
2010	11.349	14,6
2011	13.139	15,8
2012	14.503	10,38
2013	15.123	4,09
Rata-rata	12.196	60

Sumber : Hotel Sahid, 2014

Proses kegiatan yang ada pada Hotel Sahid ditekankan pada kemudahan dan kecepatan pelayanan kepada konsumen untuk menggunakan berbagai fasilitas

yang di miliki dari *check-in* sampai *check-out*. Diantaranya penggunaan kartu kredit dalam mempercepat sistem pembayaran tagihan konsumen. Selain itu terdapat beberapa fasilitas lainnya, diantara nya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 1.5 Fasilitas Fisik Hotel Sahid Bandar Lampung

Fasilitas	Jumlah dan Kapasitas	Kondisi
Convention Hall	1	Baik
Meeting Room	9	Baik
Coffee shop	1	Baik
Swimming Pool	1	Baik
Bar	1	Cukup Baik
Laundry	1	Baik
Restaurant/Café	1	Baik
Parkir	± 100 Mobil dan Motor	Cukup Baik

Sumber: Hotel Sahid 2014

Proses-proses dimana jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa, karena para pelanggan akan sering kali mempersepsikan sistem penyampian jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Kebijakan proses yang di lakukan oleh Hotel Sahid meliputi prosedur, tugas-tugas, jadwal, mekanisme, dan kegiatan dalam menyediakan jasa penginapan dengan sistem pembayaran dan proses administrasi yang mudah dan cepat bagi konsumen.

Dalam melihat persepsi konsumen dalam menilai kualitas jasa Hotel Sahid Bandar Lampung maka menggunakan lima dimensi, yaitu:

1. *Reliability* (Kehandalan)

a. Pelayanan *room service* dengan baik dan cepat

Kemampuan karyawan *room service* Hotel Sahid dalam memberikan pelayanan *room service* kepada konsumen dengan baik dan cepat sesuai yang diinginkan oleh konsumen, misalnya ketepatan karyawan dalam melayani ruangan untuk konsumen dengan cepat dan baik, cepat disini ketika konsumen datang untuk *check-in* maka karyawan langsung menyiapkan *service room*.

b. Prosedur pelayanan dalam *check-in* dan *check-out* mudah.

Kemudahan *receptionist* dalam memberikan prosedur pelayanan *check-in* dan *check-out*. *Receptionist* mampu melayani langsung apa yang diinginkan konsumen dalam proses *check-in* dan *check-out*.

c. Pelayanan *booking-room* via telepon dengan cepat.

Receptionist melayani *booking-room* via telepon dengan cepat, *receptionist* langsung melayani konsumen yang melakukan *booking-room* via telepon dengan cepat dan segera sesuai dengan keinginan konsumen. *Receptionist* langsung memesan ruangan satu menit setelah telepon ditutup.

d. Kemampuan *receptionist* dalam berkomunikasi.

Receptionist memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi dengan konsumen. *Receptionist* memiliki kosa kata yang baik dalam bertutur kata, kata-kata yang sopan dan ramah serta mudah dimengerti oleh konsumen.

2. *Responsiveness* (Daya Tangkap)

- a. Kecepatan dan kesigapan Karyawan *service room* dalam melayani konsumen.

Karyawan *service room* selalu cepat dan sigap dalam melayani konsumen. Tidak lebih dari 5 menit ketika konsumen datang, konsumen sudah terlayani oleh *service room* dengan sigap.

- b. Kesiediaan karyawan *service room* dalam membantu konsumen yang kesulitan

Karyawan *service room* bersedia dan tanggap dalam membantu konsumen, misalnya karyawan *service room* bersedia mengangkat barang bawaan konsumen untuk diantarkan ke kamar konsumen, karyawan *service room* tanggap bila terjadi masalah kebocoran ac dalam kamar hotel.

- c. Kecepatan *receptionist* dalam menanggapi telepon dari konsumen

Receptionist cepat dalam menanggapi telepon dari konsumen, baik telepon keluhan, pesan makanan, layanan *laundry*, layanan kebersihan. *Receptionist* melayani konsumen 5 menit setelah konsumen menelpon.

- d. Kesigapan *receptionist* dalam melayani transaksi pembayaran.

Receptionist sigap dalam melayani transaksi pembayaran, *receptionist* tidak bertele-tele dan tidak membuat rumit konsumen yang ingin melakukan pembayaran.

3. *Assurance* (Jaminan)

a. Keterampilan *service room* dan *receptionist* dalam bekerja.

Karyawan *service room* dan *receptionist* terampil dalam melayani konsumen, karyawan *service room* dan *receptionist* membuat konsumen nyaman berada di Hotel misalnya dengan keterampilan yang dimiliki karyawan *service room* dan *receptionist*, konsumen merasa nyaman berada di Hotel.

b. Pelayanan yang aman dan terpercaya

Receptionist memberikan pelayanan yang aman dan terpercaya. *Receptionist* melayani proses *check-in*, *check-out* dan pembayaran dengan aman dan terpercaya tanpa ada yang dirugikan.

c. Keterampilan *receptionist* dalam memberikan informasi.

Receptionist terampil dalam memberikan informasi kepada konsumen. *Receptionist* memberikan informasi yang dapat membuat konsumen merasa puas dan tertarik untuk menggunakan jasa Hotel Sahid.

d. Keterampilan karyawan *service room* dan *receptionist* dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Ketika konsumen membutuhkan sesuatu dalam fasilitas Hotel. Maka karyawan *service room* dan *receptionist* melayaninya dengan baik dan dengan keterampilan yang ada. Misalnya konsumen membutuhkan fasilitas pijat, spa dan sauna.

4. *Empathy* (Empati)

- a. Perhatian karyawan *service room* dan *receptionist* terhadap keluhan konsumen

Karyawan mampu dalam menangani keluhan konsumen *service room* dan *receptionist* dalam waktu enam puluh detik setelah keluhan di lakukan. Misalnya konsumen mengeluh kebocoran AC, kebersihan air, toilet ataupun keluhan lainnya.

- b. Kemampuan karyawan *service room* dan *receptionist* dalam memberikan pelayanan tanpa membedakan status sosial.

Karyawan *service room* dan *receptionist* melayani konsumen tanpa membedakan status sosial. Karyawan mengayomi dan melayani konsumen tanpa membedakan apakah konsumen tersebut kaya, miskin, tua, muda ataupun normal atau cacat.

- c. Keramahan *Receptionist* hotel

Receptionist memberikan sapaan yang ramah, berbicara secara jelas, sopan dan ringkas dalam menanyakan keinginan konsumen, *receptionist* memberikan senyuman sebelum dan sesudah transaksi pelayanan, *receptionist* memberikan senyuman dan berterima kasih ketika konsumen selesai melakukan transaksi dan ketika konsumen ingin keluar atau *check-out*.

- d. Kemudahan konsumen dalam menghubungi hotel

Konsumen tidak mengalami kesulitan dalam menghubungi hotel, baik didalam hotel ataupun di luar hotel. Jaringan telepon yang terhubung ke hotel selalu *on* untuk konsumen.

5. *Tangible* (Wujud)

a. Kerapihan, Kenyamanan dan Kebersihan Hotel Sahid

Keadaan Hotel selalu bersih karena karyawan selalu menyapu dan membersihkan bagian dalam maupun luar Hotel setiap pagi dan sore hari. Bersih disini artinya bebas dari kumpulan debu, noda, serangga, serta bebas dari bau yang menyengat seperti bau sampah, kain pel, ikan dan bau tidak sedap lainnya. Kebersihan dalam hotel seperti kebersihan kursi, jendela, lantai, langit-langit, dan tempat tidur konsumen.

b. Kerapihan dan kesopanan karyawan *service room* dan *receptionist*

Karyawan *service room* dan *receptionist* selalu menjaga kebersihan diri baik pakaian, sepatu dan penampilan serta karyawan *service room* dan *receptionist* bebas dari bau tidak sedap. Karyawan *service room* dan *receptionist* memakai pakaian yang rapi dan berseragam atau kemeja serta karyawan *service room* dan *receptionist* menggunakan pakaian yang sopan.

c. Fasilitas kolam berenang yang bersih dan nyaman

Kolam berenang yang terdapat dalam hotel sahid cukup luas, bersih dan nyaman untuk digunakan semua pengunjung hotel, baik anak muda, orang dewasa maupun anak-anak.

d. Tempat parkir yang luas dan nyaman

Tempat parkir yang ada pada Hotel Sahid cukup luas yang dapat menampung kira-kira 100 mobil dan motor. Tempat parkir yang nyaman untuk konsumen yang ingin menggunakan jasa Hotel Sahid.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk menulis skripsi ini dengan judul: **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Hotel Sahid Di Bandar Lampung”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman dimana negara-negara berkembang dan negara maju telah memasuki era baru yang disertai dengan persaingan ekonomi semakin ketat. Usaha dalam bidang perhotelan pada prinsipnya adalah salah satu bentuk usaha perdagangan, dimana yang diperdagangkan adalah jasa, dengan semakin ketatnya persaingan pada bisnis perhotelan maka pihak hotel harus menciptakan kualitas jasa yang baik sehingga konsumen merasa puas dan tercipta suatu loyalitas konsumen.

Masalah dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung/hunian Hotel Sahid di tahun 2009 mengalami penurunan (Tabel 4). Hal ini disebabkan karena banyaknya hotel-hotel baru yang bermunculan. Hotel-hotel tersebut menjadi pesaing Hotel Sahid. Adapun data pesaing Hotel Sahid terdapat pada Tabel 4. Maka perlu diketahui kinerja perusahaan seperti dimensi kualitas pelayanan yang menciptakan suatu loyalitas konsumen dan variabel apa saja yang mempengaruhi turun naiknya jumlah pengunjung/hunian di Hotel Sahid.

1.2.2 Rumusan masalah

- a. Apakah variabel-variabel seperti, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangible* dari Hotel Sahid dan loyalitas konsumen dapat memperlihatkan kinerja perusahaan yang dapat dianalisis.

- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Hotel Sahid Bandar Lampung ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah dimensi Kualitas Pelayanan seperti *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible* dari Hotel Sahid dan loyalitas konsumen dapat memperlihatkan kinerja perusahaan yang dapat dianalisis. Setelah kinerja perusahaan diketahui, maka perusahaan dapat meningkatkan atau memperbaiki kinerja dari perusahaan agar tetap memiliki daya saing.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Hotel Sahid Bandar Lampung. Dengan diketahuinya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Hotel Sahid Bandar Lampung, maka perusahaan dapat merancang program strategi pemasaran lebih lanjut.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat yang tentunya dapat berguna bagi semua pihak yang terkait dalam kegiatan penelitian ini. Kegunaan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Manfaat praktis

Berguna untuk memberikan informasi pada Hotel Sahid di Bandar Lampung sebagai pertimbangan untuk menjaga kualitas dan strategi bisnis dalam dunia usaha bidang jasa pelayanan khususnya di Bandar Lampung.

2. Manfaat akademis

Menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya tentang kualitas jasa dan pelayanan serta loyalitas konsumen digunakan sebagai bahan pembandingan dalam kepustakaan bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian khususnya tentang kepuasan konsumen dan loyalitas.

1.5 Kerangka Pikir

Sasaran akhir dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan adalah konsumen sebagai obyek yang menggunakan apa yang mampu dihasilkan atau diberikan oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan, memperoleh laba dan berkembang. Perusahaan harus menyadari, bahwa dengan semakin banyaknya perusahaan yang berada dalam pasar, sangat sulit untuk menjaga agar konsumen tetap setia menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, karena sedikit saja ketidakpuasan yang dialami konsumen maka akan memudahkan baginya untuk berpindah ke produk/jasa yang ditawarkan perusahaan pesaing. Pesaing pun dapat saja dengan mudah mengikuti setiap strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan yang pada akhirnya akan dapat mengganggu posisi perusahaan di dalam pasar.

Menghadapi situasi tersebut maka peningkatan kepuasan konsumen menjadi prioritas utama yang harus dilakukan perusahaan dalam menjaga loyalitas konsumen. Tingkat pelayanan kepada pemakai jasa yang diberikan oleh perusahaan haruslah sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang di anggap penting oleh konsumen agar mereka puas,

karena kepuasan mereka akan berlanjut pada kesetiaan yang tinggi pada perusahaan. Maka, perusahaan perlu menilai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dan apakah faktor tersebut telah terpenuhi.

Salah satu cara untuk mendiferensiasikan suatu perusahaan adalah memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dibandingkan dengan pesaing secara konsisten.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2011:198) terdapat lima dimensi yang disebut SERVQUAL (kualitas jasa) yaitu:

1. *Reliability* (Kehandalan)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijadikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Kemampuan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

3. *Assurance* (Jaminan)

Pengetahuan dan kesopanan para karyawan dan kemampuan mereka dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan konsumen.

4. *Emphaty* (Empati)

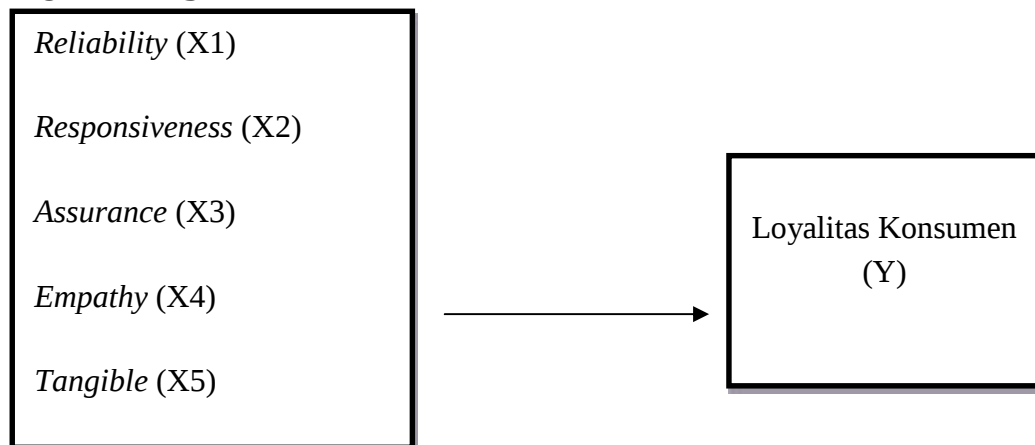
Kemudahan dalam menjalankan relasi dan komunikasi yang baik, rasa peduli dan perhatian kepada pengguna jasa dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan.

5. *Tangible* (Wujud)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personel.

Simamora (2001) menyatakan bahwa "Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya bila layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten". Kualitas layanan yang baik sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis, maka tentu saja kualitas layanan dapat memberikan beberapa manfaat dan salah satunya adalah menciptakan loyalitas pelanggan.

KUALITAS PELAYANAN



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

1.6 Hipotesis

Hipotesis ini merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Dari permasalahan yang dikemukakan di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1.6.1 Hipotesis 1

“Kinerja variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan atau selera pasar konsumennya. Hipotesis diterima apabila rata-rata skor variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* menunjukan pengaruh yang tinggi dalam dimensi loyalitas konsumen. Jika Kualitas Pelayanan (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*) memiliki kinerja yang tinggi, maka loyalitas konsumen akan tinggi pula (Zikmund at all, 2003 : 45 dalam Yusuf, 2009 : 120).

1.6.2 Hipotesis 2

“Dimensi Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Hotel Sahid Bandar Lampung.”