

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Kota Palembang mendapatkan julukan sebagai kota Venesia dari Timur karena keadaan sungai Musi yang mengalir mengelilingi kota. Pemandangan atau keadaan ini sama seperti layaknya kota Venesia (Lois Ho, 2017). Selain itu kota Palembang juga banyak memiliki objek wisata di antaranya memiliki 74 titik objek wisata yang ada di kota Palembang dan memiliki 14 objek wisata yang unggul di Palembang (tribunnews, 2018). Keadaan inilah mendorong dibangunnya hotel-hotel di kota Palembang sebagai tempat penginapan bagi para wisatawan.

Saat ini jumlah hotel-hotel berbintang dan hotel melati di Kota Palembang sudah sangat banyak. Pada tahun 2018, Hotel yang ada di Palembang mencapai 160 hotel, menurut ketua perhimpunan hotel dan restoran indonesia (PHRI) sumsel Herlan Aspiuddin, tahun 2015 terdapat 8.500 kamar hotel yang beroperasi, sementara sampai tahun 2018, terdapat sekitar 3.500 kamar hotel baru berbagai kelas, sehingga totalnya mencapai sekitar 12.000 kamar (Tribun sumsel, 2018). Hal ini, tentu mendorong terjadinya persaingan diantara hotel-hotel berbintang dan hotel-hotel melati. Oleh karena itu setiap perusahaan hotel perlu memperhatikan pengunjungnya agar tidak berpindah ke hotel yang lain dengan cara memberikan kepuasan kepada semua pengunjungnya melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap semua pengunjungnya tersebut.

Sebagai salah satu perusahaan yang menawarkan tempat penginapan, Hotel The Zuri Palembang pastinya perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pengunjungnya agar tercipta persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan. Sejauh ini, berdasarkan survei yang

yang dilakukan pelayanan yang diberikan Hotel The Zuri Palembang yaitu kebersihan dan kerapian hotel yang terjaga serta keramahan karyawan dalam melayani pengunjung. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh The Zuri Hotel Palembang akan menjadi penilaian yang diberikan oleh pengunjung mengenai kepuasan yang dirasakan. Bahkan menurut Zeithamal dan bitner dalam Lupiyoadi (2006:192) faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Oleh sebab itu setiap perusahaan akan memberikan pelayanan yang baik untuk menunjukkan eksistensi perusahaan yang maksimal dalam melayani pengunjung.

Kepuasan pengunjung itu dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh The Zuri Hotel Palembang dan pengunjung sendiri yang menilai apakah pelayanan tersebut telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengunjung tersebut atau belum. Ada Lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan. menurut Parasuraman, Berry dan Zeithaml (dalam Irawan, 2007: 57), konsep ServQual atau dimensi kualitas pelayanan terbagi menjadi 5 (lima) dimensi yaitu *Tangible* (Bukti fisik), dimensi *Reliability* (Kehandalan), dimensi *Responsiveness* (Daya tanggap), dimensi *Assurance* (Jaminan) dan dimensi *Empathy* (empati). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh The Zuri Hotel Palembang apakah telah sesuai dengan keinginan dari pengunjung.

Kualitas pelayanan merupakan suatu standar kualitas yang diberikan oleh pelaku bisnis baik individu ataupun organisasi/perusahaan yang mana kualitas pelayanan tersebut dapat dijadikan acuan dalam menarik konsumen seperti halnya dari segi fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha bisnis. Namun nyatanya pelaku usaha bisnis sering tidak memperhatikan dan menjaga fasilitasnya serta kurang memperhatikan keramahan dari

pelayanan yang mereka berikan sendiri sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen ke depan. Kualitas pelayanan merupakan hal terpenting yang digunakan oleh pelaku usaha bisnis saat ini karena dari kualitas pelayanan ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Harapan yang dimaksud dari konsumen adalah apabila kualitas pelayanan salah diberikan secara maksimal oleh pelaku bisnis maka konsumen akan merasa puas dan memungkinkan untuk kembali lagi. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira. (Kotler, 2012:35).

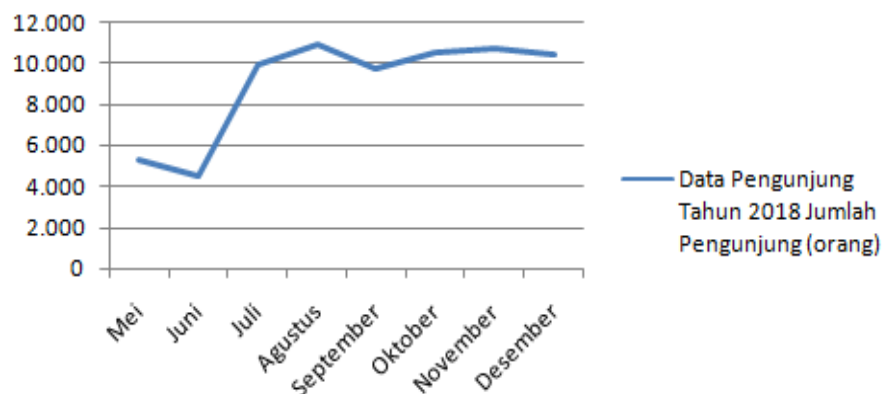
Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Pelayanan yang baik merupakan faktor kunci yang memberikan pengaruh bagi keberhasilan sebuah hotel karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan tamu pelanggan dapat mendorong untuk menginap kembali sehingga menimbulkan hal yang positif keberhasilan bagi pihak hotel. Karyawan hotel apabila mampu memberikan pelayanan yang baik maka tamu pelanggan merasa puas dan citra hotel positif di mata tamu pelanggan.

Citra yang baik dengan memberikan pelayanan yang melebihi harapan tamu pelanggan. Hal ini bisa menimbulkan loyalitas pelanggan. Menumbuhkan loyalitas pelanggan harus diawali dengan pihak hotel menuntut karyawannya loyal dalam bekerja serta tanggung jawab untuk terciptanya keberhasilan hotel.

The Zuri Hotel di dalam kegiatan operasionalnya selalu berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik agar para konsumen mendapatkan kepuasan maksimal dan dapat menjadi pelanggan yang loyal terhadap usaha The Zuri Hotel Palembang. Menyadari arti pentingnya kepuasan dari pengunjung maka The Zuri Hotel Palembang memberikan fasilitas dan pelayanan kepada pengunjungnya diantaranya yaitu kamar yang bersih dan dekorasi ruangan yang menarik, tempat makan yang bersih dan rapi, terdapat kolam renang yang merupakan kolam renang tertinggi yang ada di kota Palembang, dilengkapi dengan tempat gym di atas gedungnya, adanya tempat parkir, karyawan yang berpenampilan rapih. Adapun data-data pengunjung yang disajikan dalam Grafik 1.1 berikut ini:

Grafik 1.1

Data Pengunjung Tahun 2018 Jumlah Pengunjung (orang)



Sumber: The Zuri Hotel Palembang.2019

Data tersebut menunjukkan bahwa pengunjung The Zuri Hotel Palembang mengalami perubahan setiap bulannya pada tahun 2018. Hal ini dapat disebabkan karena pengunjung merasa puas terhadap pelayanan yang baik dari The Zuri Hotel Palembang kepada

para pengunjungnya dengan berusaha memberikan pelayanan yang ramah serta dapat memahami kebutuhan para pengunjungnya dengan tepat.

Selain itu masih ada beberapa kekurangan yang diberikan oleh The Zuri Hotel Palembang dalam hal pelayanan. Penulis melakukan wawancara kepada bagian HRD yang memang mengetahui tentang keluhan pengunjung The Zuri Hotel Palembang. Berdasarkan hasil wawancara bahwa terdapat keluhan dari beberapa pengunjung The Zuri Hotel Palembang yaitu masalah air panas yang sering mati, *WI-FI* mati, keluhan tentang aturan pemakaian kolam renang.

Selain itu penulis juga menemukan hasil keluhan beberapa pengunjung hotel yang menyebutkan bahwa air panas yang sering mati, air *shower* kamar mandi pancurannya terlalu kecil, menunggu *lift* yang terlalu lama karena antrian banyak, dan tempat parkir yang agak susah, dan terlalu banyak aturan pemakaian kolam renang. (Tripadvisor, 2018)

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk memilih judul “**Analisis Kepuasan Pengunjung Atas Kualitas Pelayanan Pada The Zuri Hotel Palembang**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Bagaimana kepuasan pengunjung atas kualitas pelayanan pada The Zuri Hotel Palembang?
2. Dimensi kualitas pelayanan manakah yang paling dominan pada The Zuri Hotel Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembatasan lebih terarah dan tidak menyimpang, maka dalam tulisan ini hal yang akan dibahas dibatasi menjadi:

1. Untuk mengukur kepuasan pengunjung mengenai kualitas pelayanannya dengan menggunakan 5 dimensi
2. Mengukur kualitas pelayanan manakah yang paling dominan pada lima dimensi pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*)

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pengunjung The Zuri Hotel Palembang dalam kualitas pelayanannya dengan menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling dominan pada The Zuri Hotel Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai sarana informasi dan menambah pengetahuan bagi penulis khususnya tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.
2. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan yang bersifat positif sehingga The Zuri Hotel Palembang dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan memprioritaskan dimensi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan pengunjung.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan pada pengunjung The Zuri Hotel Palembang yang pernah mengunjungi The Zuri Hotel Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan cara memperolehnya, jenis dan sumber data dapat dikelompokkan menjadi:

1. Data Primer

Yusi dan Idris (2016:6) “Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya”. Data yang didapatkan peneliti disini yaitu berupa hasil wawancara dan hasil dari kuesioner.

a. Wawancara

Data yang didapatkan disini yaitu dari hasil wawancara kepada bagian HRD dan 2 orang pengunjung The Zuri Hotel Palembang guna mendapatkan informasi mengenai kualitas pelayanan pada The Zuri Hotel Palembang.

b. Kuesioner

Data yang didapatkan disini yaitu data yang diperoleh dari objek penelitian hasil pengisian kuesioner yang dibagikan pada pengunjung The Zuri Hotel Palembang.

2. Data Sekunder

Yusi dan Idris (2016:6) “Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi”.

Data sekunder yang penulis peroleh melalui berbagai macam referensi seperti jurnal-jurnal, buku dan juga data yang langsung di dapatkan dari The Zuri Hotel Palembang berupa hasil data pengunjung yang pernah mengunjungi The Zuri Hotel Palembang ditahun 2018.

1.5.3 Definisi Operasional Variabel

“Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik – karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati”, (Azwar, 1997:74). Defisini operasional dalam penelitian ini mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu berwujud (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangibles*)

Berwujud (*tangibles*) “Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi” (Parasuraman, dkk, 1988). Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Adapun indikator-indikator *tangibles* dalam penelitian ini adalah:

a. Bangunan dan ekterior yang bagus

- The Zuri Hotel Palembang memiliki bangunan gedung yang bagus.

b. Fasilitas hotel

- The Zuri Hotel Palembang memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai seperti tersedianya AC dan *Wi-Fi* yang mudah diakses.

c. Kebersihan dan kerapian karyawan

- Karyawan The Zuri Hotel Palembang cepat dalam melayani pengunjung.

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) yakni “kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan” (Parasuraman, dkk, 1988). Adapun indikator-indikator *reliability* dalam penelitian ini adalah:

a. Kecepatan dalam melayani

- Karyawan The Zuri Hotel Palembang cepat dalam melayani pengunjung.

b. Bersedia melayani pengunjung

- Karyawan The Zuri Hotel Palembang selalu sedia di tempat untuk melayani.

c. Kemudahan prosedur pelayanan

- Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit.

3. Ketanggapan (*responsibility*)

Ketanggapan (*responsibility*) yaitu “keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap”, (Parasuraman, dkk, 1988). Adapun indikator-indikator *responsibility* dalam penelitian ini adalah:

a. Kesigapan menganggapi respon

- Karyawan selalu siap dan tanggap dalam menanggapi respon permintaan dari pengunjung.

b. Kesigapan menangani keluhan

- Karyawan selalu siap dan tanggap dalam menanggapi respon keluhan dari pengunjung.

c. Kesigapan membantu konsumen

- Karyawan selalu bersedia membantu pengunjung.

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan (*assurance*) “Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya risiko atau keragu-raguan”, (Parasuraman, dkk, 1988). Adapun indikator-indikator *assurance* dalam penelitian ini adalah:

a. Pengetahuan yang luas

- Karyawan memiliki pengetahuan yang baik tentang pelayanan kepada pengunjung.

b. Kemampuan berkomunikasi

- Karyawan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik.

c. Pelayanan yang ramah

- Karyawan memiliki sikap sopan santun dan ramah terhadap pengunjung.

5. Empati (*empaty*)

Empati (*empaty*) “Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen”, (Parasuraman, dkk, 1988). Adapun indikator-indikator *empathy* dalam penelitian ini adalah:

a. Perhatian

- Karyawan sangat perhatian kepada pengunjung.

b. Pemahaman kebutuhan konsumen

- Karyawan sangat memahami kebutuhan pengunjung.

c. Pemberian pelayanan tanpa pilih-pilih

- Karyawan memberikan perlakuan yang sama kepada setiap pengunjung tanpa memandang status sosial.

1.5.4 Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam penulisan laporan ini agar dapat menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan penelitian ini, yaitu:

1. Riset Lapangan (Field Research)

Melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung adalah dengan cara sebagai berikut:

a. Wawancara

Sugiono (2018:220) Wawancara adalah teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Penulis melakukan wawancara kepada pengunjung The Zuri Hotel Palembang guna mendapatkan informasi mengenai kepuasan pengunjung atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh The Zuri Hotel Palembang.

b. Kuesioner

Sugiono (2018:225) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Penulis memberikan kuesioner kepada pengunjung The Zuri Hotel Palembang yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hasil kuesioner inilah yang akan dijadikan bahan sebagai pembahasan dari permasalahan.

2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Riset kepustakaan ini, penulis akan mengambil data informasi yang ada kaitannya dengan masalah yang sedang dibahas sebagai landasan teori dalam menganalisis masalah yang ada baik melalui buku-buku, artikel dari internet, dan literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

1.5.5 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:148).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung The Zuri Hotel Palembang tahun 2018 yang berjumlah 71.710 orang. Adapun penjelasan tentang populasi tersebut yaitu:

Tabel 1.1
Data Pengunjung Tahun 2018

Bulan	Jumlah Pengunjung (orang)
Mei	5.252
Juni	4.457
Juli	9.947
Agustus	10.893
September	9.657
Oktober	10.469
November	10.655
Desember	10.380
Total	71.710

Sumber: The Zuri Hotel Palembang.2019

2. Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2015:149).

Penentuan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini didasarkan pada perhitungan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N)e^2}$$

Keterangan:

N = Ukuran Sampel

N = Populasi

E = Persentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan data

Pengambilan sampel yang masih diinginkan (batas toleransi kesalahan bisa 1%, 5% atau 10%).

Dalam mendapatkan Populasi (N), maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rata-rata. Adapun jumlah sampel yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah pengunjung The Zuri Hotel Palembang. Berdasarkan rumus Slovin maka ukuran sampel:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{71.710}{1 + 71.710 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{71.710}{1 + 717.1}$$

$$n = \frac{71.710}{718.1}$$

$$n = 99,860$$

$$n = 99,8 \longrightarrow (100 \text{ Orang Pengunjung The Zuri Hotel})$$

Berdasarkan perhitungan diatas, ukuran sampel (n) yang digunakan adalah 100 orang pengunjung The Zuri Hotel Palembang.

3. Teknik Sampling

Yusi, (2010:64) Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar dapat mewakili populasi.

Penulis menggunakan teknik *Nonprobability* dengan jenis *Accidental Sampling* dalam penelitian ini. Teknik *Accidental Sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiono, 2009:85).

1.6 Analisis Data

1.6.1 Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan dengan mengklasifikasikan dalam bentuk kategori (Yusi dan Idris, 2009: 102).

Data kualitatif dalam penelitian ini dapat berdasarkan hasil jawaban responden yang ada pada kuesioner. Hasil jawaban tersebut kemudian diukur dengan skala pengukuran likert.

Penulis menggunakan skala Likert untuk digunakan dalam kuesioner nantinya. Menurut Riduwan (2010:38-39), “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial”.

Adapun dalam skala Likert, setiap jawaban dibubuhkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 1.2
Skala Likert

No	Keterangan	Skala
1.	Sangat Penting (SP)	5
2.	Penting (P)	4
3.	Cukup Penting (CP)	3
4.	Tidak Penting (TP)	2
5.	Sangat Tidak Penting (STP)	1

Sumber: Riduwan dan Akdon,2013

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban itu akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

1.6.2 Data Kuantitatif

“Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik”, (Yusi dan Idris, 2009:109). Penulis juga menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan.

Untuk mencari nilai indeks kinerja atau penilaian responden yang penilaiannya dapat dicari dengan rumus. Menurut Riduwan dan Akdon (2013:38), rumus yang digunakan untuk presentase ialah sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{total skor penelitian}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

Setelah menentukan presentase, maka kita dapat menggolongkan presentase tersebut kedalam Kriteria Interpretasi Skor item sebagai berikut yaitu:

Tabel 1.3
Kriteria Interpretasi Skor

No.	Skor/Angka	Interpretasi
1.	0% - 20%	Sangat Tidak Puas
2.	21% - 40%	Kurang Puas
3.	41% - 60%	Cukup Puas
4.	61% - 80%	Puas
5.	81% - 100%	Sangat Puas

Sumber: Yusi dan Idris, 2009:80