

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha yang pesat menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin tajam, sehingga berbagai usaha dilakukan pihak perusahaan agar dapat tampil ditengah-tengah persaingan tersebut. Mereka saling berlomba agar dapat berkembang dengan harapan pasar-pasar yang masih potensial diperlakukan usaha pemasaran yang efektif. Keberhasilan pemasaran merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan. Demikian pun dengan jasa, jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Jasa pada dasarnya merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk atau konstruksi, yang biasa dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau hotel) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen (Lupiyoadi, 2003 :6).

Dewasa ini peranan dan perkembangan sektor jasa menjadi sangat berarti dan hampir tidak mungkin lagi untuk dihindari. Salah satu jasa pelayanan itu adalah jasa pelayanan penginapan. Peningkatan permintaan akan produk jasa, menurut Anna dalam Edy (2005) berarti semakin banyak pula muncul produsen-produsen jasa. Hal ini menyebabkan banyaknya persaingan, perusahaan dalam hal ini harus pandai-pandai menyiasati dengan benar dan tepat untuk mencapai tujuan-tujuan yang mereka inginkan dan bisa

mendatangkan keuntungan bagi mereka, Pemasaran modern harus berorientasi pada konsumen. Bentuk orientasi itu adalah upaya terus-menerus untuk mencapai kepuasan konsumen, kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan. Jika harapannya terpenuhi maka mereka pun akan puas dan persepsinya positif dan sebaliknya, jika tidak terpenuhi maka tidak puas dan persepsinya negatif.

Kepuasan pelayanan penginapan yang tidak sesuai dengan persepsi harapan dengan yang telah dialaminya akan menimbulkan ketidakpuasan yang diungkapkan dalam bentuk keluhan, pengaduan, protes, kemarahan, pemuatan terbuka di media massa yang akan menarik perhatian masyarakat luar dan dapat merusak citra dan posisi Home stay. Oleh karena itu salah satu syarat agar hotel menjadi sukses dalam persaingan di masa depan adalah berusaha mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Dengan pelayanan yang baik dan tepat oleh perusahaan maka dapat membantu perusahaan dalam perluasan daerah pemasarannya dan akan lebih meningkatkan motivasi membeli para konsumen. Peranan home stay sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhan konsumen menjadi semakin penting bagi masyarakat. Apabila perusahaan menginginkan konsumen merasa puas disamping perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang dihasilkan juga perlu memperhatikan strategi pelayanan yang tepat.

Permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini adalah fenomena persaingan dalam dunia perhotelan menunjukkan bahwa dalam rangka

memberikan layanan terbaik, perusahaan melakukan berbagai strategi untuk dapat memberikan kepuasan bagi konsumen hingga berjuang pada loyalitas terhadap perusahaan, perusahaan perhotelan yang memenangkan persaingan adalah yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya, sehingga perusahaan dapat meningkatkan profit atau labanya.

Hal penting yang dapat di perhatikan perusahaan yang ingin tetap bertahan menjalankan usahanya adalah mewujudkan kepuasan konsumen, berdasarkan survei pendahuluan yang telah dilakukan, di peroleh data awal tingkat hunian kamar penginapan Cozy stay kota Kupang pada tahun 2019 - 2022 berikut ini

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Tamu yang menginap**  
**di penginapan cozy stay kota kupang 2019-2022**

No	Tahun	Jumlah pengunjung (Orang)
1	2019	632
2	2020	257
3	2021	359
4	2022	863

*Sumber data : penginapan cozy stay kota kupang*

Berdasarkan tabel di atas terlihat data empat tahun terakhir bahwa jumlah tamu yang menginap di hotel mengalami peningkatan, selama periode tahun 2019-2022 jumlah tamu yang menginap paling sedikit pada tahun 2020, dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang sangat drastis begitupula pada tahun 2022. Ini menjadi suatu pekerjaan bagi manajemen

agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik minat konsumen, sekaligus mempertahankan konsumennya.

**Tabel 1.2**

**Fasilitas pemnginapan Cozy stay kota Kupang**

NO	Fasilitas umum penginapan cozy stay kupang
1	Car parkir
2	Wastafel
3	Room service
4	wifi`
5	Tv
6	Kamar
7	Resepsionis
8	Guestroom

Fenomena pemilihan objek penelitian pada penginapan cozy stay kota kupang karna terdapat peningkatan pada kepuasan konsumen yang terjadi pada lokasi penelitian, terutama berkaitan dengan keputusan konsumen menginap pada penginapan cozy saty kota kupang dimana setiap tahunnya jumlah tamu yang menginap mengalami peningkatan.

Sedangkan dari segi fasilitas penginapan cozy stay kota kupang memberikan berbagai fasilitas kamar penginapan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. dengan adanya fasilitas Wifi dan lain sebagainya tentunya akan menunjang kegiatan konsumen dan fasilitas yang baik akan memenuhi kebutuhan konsumen. jika pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang di berikan maka konsumen akan menjadi pelanggan tetap.

Penelitian terdahulu oleh Samsul Arifin (2011) tentang Analisis pengaruh kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsume pada hotel Jepara indah. Dengan hasil Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi penelitian berada di hotel Jepara Indah. Sampel penelitian adalah konsumen yang menginap di dan bersedia untuk diwawancarai atau mengisi kuesioner. Jumlah sampel yang diambil selama periode penelitian sebanyak 36 responden. Metode analisis data dengan regresi berganda. Sebelum data dianalisis, dilakukan pengujian kualitas data dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil olah data menunjukkan item kuesioner bersifat valid dan semua variabel bersifat reliabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel yang berpengaruh paling kuat adalah fasilitas

Penelitian lain Novi Milawati, dkk. (2022) membahas tentang Analisis pengaruh kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel bukit serelo lahat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh Kepercayaan secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Pengaruh Fasilitas secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (4) Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul :**Analisis Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penginapan Cozy Stay Kota Kupang.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Pengaruh kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pada penginapan Cozy stay Kota Kupang.

## **1.3 Persoalan Penelitian**

Persoalan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Persoalan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada penginapan cozy stay kota kupang
2. Untuk mengetahui Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada penginapan cozy stay kota kupang
3. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada penginapan cozy stay kota kupang

### **1.4.2 Manfaat penelitian**

#### **1. Manfaat akademik**

- a Dapat menjadi sebuah referensi untuk penelitian selanjutnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan
- b Bermanfaat bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dalam pengembangan ilmu pengetahuan terkhususnya pada pemilihan jalur minat manajemen pemasaran
- c Menjadi bahan informasi bagi pembaca atau peneliti yang melakukan penelitian pada bidang yang sama.

#### **2. Manfaat praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan atau referensi sebagai bahan pendukung keputusan untuk masalah yang dihadapi.