

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar belakang

Persaingan dalam dunia usaha dalam era globalisasi ini menjadi semakin ketat dan keras, industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan dan perhotelan berkembang dengan sangat pesat, sehingga semakin banyak industri yang serupa bermunculan dan menyebabkan tingkat kebutuhan dari manusia menjadi semakin tinggi dan bervariasi. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan dituntut berupaya menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi semakin banyak munculnya pemain baru (pesaing) yang bergerak dalam industri yang sama.” Persaingan bisnis hotel di nilai semakin ketat “ (Antara,2018).

**Tabel 1.1**

**Tabel perkembangan hotel Jawa Timur**

Kabupaten/Kota	Hotel				
	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Kabupaten</b>					
01. Pacitan	11	13	23	27	27
02. Ponorogo	34	39	43	48	48
03. Trenggalek	10	11	12	12	12
04. Tulung Agung	21	21	22	27	27
05. Blitar	8	8	8	8	8
06. Kediri	9	9	9	10	10
07. Malang	97	104	101	166	166
08. Lumajang	13	10	12	17	17
09. Jember	28	26	32	50	50
10. Banyuwangi	51	50	53	64	64
11. Bondowoso	14	14	14	15	15
12. Situbondo	24	22	24	28	28
13. Probolinggo	54	52	50	96	96
14. Pasuruan	482	442	446	1 079	1 079
15. Sidoarjo	46	56	66	81	81
16. Mojokerto	70	80	101	141	141

**Tabel 1.1**  
**Tabel perkembangan hotel Jawa Timur (lanjutan)**

Kabupaten/Kota	Hotel				
	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Kabupaten</b>					
17. Jombang	17	17	19	23	23
18. Nganjuk	13	13	13	13	13
19. Madiun	5	5	5	7	7
20. Magetan	105	103	106	122	122
21. Ngawi	10	10	12	14	14
22. Bojonegoro	14	16	19	22	22
23. Tuban	16	17	20	25	25
24. Lamongan	7	7	6	15	15
25. Gresik	15	15	18	24	24
26. Bangkalan	2	4	2	3	3
27. Sampang	4	13	4	5	5
28. Pamekasan	13	12	12	14	14
29. Sumenep kota	11	12	12	14	14
71. Kediri	21	21	21	29	29
72. Blitar	19	19	19	19	19
73. Malang	61	64	68	104	104
74. Probolinggo	12	11	15	23	23
75. Pasuruan	5	4	5	6	6
76. Mojokerto	8	8	9	9	9
77. Madiun	30	30	30	37	37
78. Surabaya	123	109	125	189	189
79. Batu	440	435	437	811	811
<b>Jawa Timur</b>	<b>1 923</b>	<b>1 902</b>	<b>1 993</b>	<b>3 397</b>	<b>3 397</b>
Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur					

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa Surabaya menempati posisi ketiga yang memiliki hotel terbanyak di Jawa Timur, bila kita perhatikan lebih lagi kota Surabaya mengalami peningkatan setiap tahunnya dalam jumlah hotel yang ada, yang di mana ini membuktikan bahwa industri perhotelan merupakan salah satu industri yang terkena dampak globalisasi dan mengalami peningkatan pertumbuhan, yang menyebabkan semakin tingginya persaingan dan membawa

perubahan pada pola hidup masyarakat dan tingkat kebutuhan hidup masyarakat akan jasa sebuah perhotelan.

Ketatnya persaingan antar jasa perhotelan yang ditawarkan kepada konsumen mengakibatkan para pelaku bisnis dalam industri perhotelan semakin menyadari akan pentingnya perhatian yang lebih kepada konsumen. Hotel Harris Gubeng Surabaya merupakan salah satu hotel yang cukup besar dan ternama di Surabaya, hal ini di karenakan hotel Harris Gubeng Surabaya ini tidak hanya memiliki *corporate image* yang baik serta kualitas pelayanan yang baik tetapi juga membangun *customer loyalty* yang baik dengan pelanggan, hal ini dapat di buktikan lewat sederet penghargaan yang telah di raih oleh hotel Harris Gubeng ini, pada tahun 2017 hotel Harris meraih penghargaan Best Guest Experience in Food (Premium) untuk kategori hotel bintang empat dari [Traveloka](#), serta Gold Circle Award dari Agoda.com. Artikel ini telah tayang di [surya.co.id](#) dengan judul Dinilai Beri Kenyamanan dan Sajikan Menu Khas, Harris Hotel Raih Dua Penghargaan, pada tahun 2018 meraih 2 penghargaan bergengsi "Certificate of Excellence 2018" dari TripAdvisor. Tidak hanya itu hotel Harris Gubeng Surabaya ini juga menyediakan berbagai macam fasilitas yang cukup lengkap kepada pengunjungnya seperti *kids corner*, *swimming pool*, *wifi*, *gym room*, ruang sauna, kolam air panas, dll. Hal ini menyebabkan setiap pengunjung yang datang tidak akan bosan untuk *stay* di hotel Harris Gubeng Surabaya dan tentunya dapat menimbulkan daya tarik yang lebih untuk *customer*.

Dalam industri perhotelan ini *corporate image* dan *service quality* merupakan strategi yang cukup efektif mengingat produk(jasa) yang di tawarkan juga hampir serupa. Seperti yang di terapkan oleh Tauzia *management* hotel, dimana Pop Harris hotel yang lebih menyasarkan ke konsumen menengah kebawah tidak terlalu memperhatikan kualitas pelayanan seperti kamar dan kamar mandinya yang tidak terlalu luas, serta tidak adanya *ballroom* untuk mengadakan acara, berbeda dengan yang ada di hotel Harris Gubeng yang memang menyasarkan segementasi menengah ke atas, fasilitas kamar mereka lebih luas dan nyaman serta ada kesan mewah, selain itu hotel Harris Surabaya memiliki

*ballroom/ convention hall* yang bisa di gunakan jika ingin mengadakan acara/momen spesial di hotel tersebut, karyawan yang *fast respond*, semua hal ini di lakukan untuk meningkatkan jumlah konsumen dari hotel Harris Gubeng, maka perusahaan akan memperoleh laba yang berdampak untuk keberlangsungan hidup dari perusahaan. Dengan demikian, *corporate image* dan *service quality* menjadi bagian yang sangat penting untuk memenangkan persaingan.

Definisi citra perusahaan menurut Kotler dan Armstrong (2006:299) Citra perusahaan merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu perusahaan. Persepsi tentang sebuah organisasi yang terefleksi dalam ingatan pelanggan (Aaker dan Keller, 1990 dalam Verhoef *et.al.*, 2009). Karena banyaknya pesaing dalam industri perhotelan ini bisa membuat konsumen bingung dalam menentukan pilihannya, untuk mengatasi hal tersebut, *corporate image* yang baik di perlukan agar hotel tersebut tidak kalah dari para pesaingnya. *Corporate image* dari suatu hotel harus memiliki karakteristik yang kuat, sehingga dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas dalam konsumen tersebut. *Corporate image* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfacion* (Nezakati, *et al.*, 2013), Sebagaimana yang diuraikan oleh Jasfar dan Kristaung (2012), untuk membentuk citra yang baik, perusahaan harus membangun nama baik dan reputasi serta menguatkan kompetensinya. Oleh sebab itu membangun dan kemudian mempertahankan citra tersebut merupakan hal penting bagi suatu organisasi jasa jika ingin mendapatkan dan mempertahankan loyalitas konsumennya (Hoq, Sultana, & Amin, 2010).

Selain bersaing dalam sebuah *corporate image*, perusahaan juga bersaing dalam hal memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dengan menggunakan berbagai macam cara. *Service quality* adalah (Tjiptono, 2007) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Zafar, *et al.*, (2012) menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik. Semakin baik kualitas

pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaannya (Sahin, *et al.*, 2011).

*Customer satisfaction* adalah Menurut Kotler (2005:36) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Engle *et al* dalam Tjiptono (2004:24) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang di pilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil ( Outcome ) tidak memenuhi harapan.

*Customer loyalty* adalah keputusan sukarela dari seorang konsumen untuk terus menggunakan jasa/produk, atau percaya kepada suatu perusahaan dalam jangka waktu yang panjang (Utami, 2011:100). Seorang pelanggan yang sangat loyal kepada suatu merek perusahaan tidak akan dengan mudah memindahkan pembeliannya ke merek perusahaan yang lain (Kurniawan, 2016).

Berdasarkan dari beberapa pemaparan di atas dapat di simpulkan kunci keberhasilan dari suatu perusahaan ditentukan oleh bagaimana suatu hotel dapat memiliki *corporate image* yang baik dan kualitas pelayanan yang baik, *corporate image* dan *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai mediasi perantaranya, Faullant, *et. al* (2008) hasil dari kajiannya adalah *corporate image* berpengaruh langsung terhadap kepuasan, *corporate image* berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan. ). *Corporate image* memiliki pengaruh signifikan terhadap customer satisfacion (Nezakati, *et al.*, 2013), Zafar, *et al.* (2012) juga menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Apabila sebuah hotel mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan mampu membangun *corporate image* yang baik, maka *customer satisfaction* akan terwujud, maka pelanggan tidak hanya akan merasakan kepuasan tersendiri tetapi juga akan merasakan loyalitas dan merekomendasikan kepada teman-teman mereka. Menurut Lupiyoadi (2013), pada dasarnya, kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila pelanggan merasa puas, mereka akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk

kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang pas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik atas produk kepada orang lain. Loyalitas konsumen dapat dibentuk dari rasa puas yang telah diciptakan sebelumnya yang berada dibenak konsumen (Qin Hong, 2008). Semua bisnis yang menyediakan layanan jasa sangat tergantung pada bagaimana membangun hubungan jangka panjang yang berkonsentrasi pada mempertahankan loyalitas pelanggan (Rousan, 2010).

Berdasarkan hasil observasi tersebut fenomena kesuksesan dari hotel Harris Gubeng Surabaya ini cukup menarik untuk di bahas maka dari itu saya penulis melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh *Corporate Image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer satisfaction* di hotel Harris Gubeng, Surabaya.”

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di hotel Harris Gubeng, Surabaya?
2. Apakah *corporate image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* di hotel Harris Gubeng, Surabaya?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* di hotel Harris Gubeng, Surabaya?
4. Apakah *service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* di hotel Harris Gubeng, Surabaya?
5. Apakah *corporate image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* di hotel Harris Gubeng, Surabaya?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh dari *corporate image* terhadap *customer satisfaction* di hotel Harris Gubeng, Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh dari *service quality* terhadap *customer satisfaction* di hotel Harris Gubeng, Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh dari *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* di hotel Harris Gubeng, Surabaya.
4. Untuk menganalisis pengaruh *corporate image* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* di hotel Harris Gubeng, Surabaya.
5. Untuk menganalisis pengaruh dari *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* di hotel Harris Gubeng, Surabaya.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Manfaat bagi hotel Harris Gubeng Surabaya :

Dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen hotel dan pelaku kerja dalam bidang yang sama selaku objek penelitian mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan di hotel Harris Gubeng Surabaya.

Manfaat bagi peneliti :

Menambah wawasan dalam pengetahuan atas ilmu yang sudah di peroleh di perkuliahan serta mempraktikannya dalam penelitian

Manfaat bagi pembaca :

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terutama bagi yang berminat meneliti penelitian serupa.

### **1.5 Sistematika penulisan skripsi**

Untuk memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian ini, maka akan di jelaskan dalam sistematika berikut :

## BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bagian ini menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan yang ingin di capai, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi yang berisi pejelasan singkat mengenai bab-bab penelitian yang di buat.

## BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisikan penelitian terdahulu, landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, hipotesis, dan model penelitian.

## BAB 3 : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik penyampelan, serta teknik analisis data.

## BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan.

## BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini adalah sebagai penutup dari hasil penelitian yang berisi simpulan, keterbatasan dan saran yang berguna sebagai masukan objek yang di teliti.