

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam era perdagangan bebas, banyak perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat. Meningkatnya persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Penginapan merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa khususnya akomodasi, segmen pasarnya adalah tamu yang datang untuk tujuan istirahat atau urusan bisnis. Oleh karena itu, tempat yang bersih, nyaman, dan aman adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh konsumen. Ini merupakan kewajiban pihak hotel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumennya. Setiap konsumen pastinya menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu adalah menjadi haknya. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur dan perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli. Jadi, dalam dunia bisnis, tidak terkecuali penginapan syariah, kepuasan konsumen adalah menjadi salah satu yang diutamakan, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau gagalnya

suatu usaha penginapan. Konsumen yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa akomodasi yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa penginapan lain (pesaing), sehingga membuat konsumen memiliki banyak perbandingan untuk memilih hotel mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.<sup>1</sup>

Kualitas Pelayanan merupakan faktor terpenting yang harus diperhatikan dalam jasa penginapan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan dapat diterima pelanggan dan merasa puas, maka akan terlahir loyalitas pelanggan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan. Adapun salah satu teknik penjualan adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi loyalitas pelanggan, karena pertumbuhan bisnis dalam bidang jasa berkembang dengan pesat.<sup>2</sup>

Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong

---

<sup>1</sup> Ruswandi, *Hotel Dengan Kaidah Syari'ah*, <http://mentoringku.wordpress.com/2008/10/27/hotel-dengan-kaidah-syariah/> dibrowsing pada 12 Desember 2009.

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2000, h. 24

terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi pelanggan, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Demikianlah sebagaimana yang disampaikan oleh banyak pakar ekonomi yang memberikan definisi mengenai loyalitas pelanggan. Pada dasarnya loyalitas pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.<sup>3</sup>

Perbaikan dan peningkatan kegiatan di bidang pemasaran harus dilaksanakan secara terencana. Dengan kata lain, perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat. Perubahan lingkungan perusahaan terutama faktor pesaing yang mampu menghasilkan produk yang sama menyebabkan banyak perusahaan berorientasi pada konsumen (*customer oriented*). Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, apa yang diinginkan konsumen, dan pelayanan yang bagaimana disenangi oleh konsumen sehingga konsumen tidak hanya puas, akan tetapi menjadi loyal dan kembali pada tokonya.

Persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada

---

<sup>3</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000, h. 23

kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi tidaknya pembelian (Penginapan).

Loyalitas pelanggan merupakan penentuan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut ke mulut yang positif dan kesetiaan pelanggan. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa (pelayanan), harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan.<sup>4</sup>

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah penginapan. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya hotel ataupun penginapan-penginapan yang bermunculan di kota Semarang. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap penginapan. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola penginapan untuk menciptakan strategi agar mampu

---

<sup>4</sup> Johan Arifin, *Fiqh Perlindungan Konsumen*, Semarang: Rasail, 2007, h.133

bersaing dan unggul dibanding penginapan-penginapan kompetitornya. Demikian juga halnya di Penginapan Mega Syari'ah Semarang, dimana sebagai salah satu penginapan syariah yang ada di kota Semarang, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang. Cara berhubungan (etika) antara pelanggan dengan karyawan yang bekerja di Penginapan Mega Syari'ah Semarang merupakan hal yang harus diperhatikan. Karena dengan melaksanakan etika yang benar, akan terjadi keseimbangan hubungan antara pengusaha dengan masyarakat, pelanggan, pemerintah dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.<sup>5</sup>

Selain kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan, harga dan juga lokasi mempunyai peranan penting bagi para pesaing perusahaan. Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang ditawarkan. Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut dan laba atau keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, penentuan harga produk dari jasa suatu perusahaan merupakan masalah yang cukup penting, karena dapat mempengaruhi hidup matinya serta laba

---

<sup>5</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2006. h. 20

dari perusahaan. Harga/Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang.<sup>6</sup>

Islam sama sekali tidak memperkenankan pemeluknya mendahulukan kepentingan ekonomi di atas kepentingan pemeliharaan nilai dan keutamaan yang diajarkan agama. Hal yang membedakan antara sistem Islam dengan sistem agama lain adalah adanya hubungan erat antara ekonomi dan akhlak. Seperti halnya hubungan antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, antara perang dan akhlak, antara agama dan negara, dan antara materi dan rohani. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami.<sup>7</sup> Begitu juga dengan lokasi yang sama saja berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan akan merasa puas dan loyal jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, harga yang di tawarkan sangat pas dan juga lokasinya yang strategis serta mudah djangkau. Setelah pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan loyal terhadap Penginapan Mega syari'ah Semarang.

Lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan *focus strategic* . Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan

---

<sup>6</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 1993. h. 9

<sup>7</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafidhuddin, dkk. Jakarta : Robbani Press, 1997, h. 23.

ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah.

Di Semarang sangat banyak terdapat penyedia jasa akomodasi yang menyediakan berbagai macam fasilitas, harga dan keunikan. Semua itu dilakukan agar konsumen menjadi tertarik dan pada akhirnya memilih jasa yang mereka tawarkan. Pada penelitian ini penulis memilih Penginapan Mega Syariah Semarang. Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah penginapan yang bernuansa islami yang selalu berpegang teguh pada etika agama. Hal yang membedakan Penginapan Mega Semarang dengan hotel atau penginapan lain adalah pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai islami dan bernuansa religi. Sebagai contoh sederhana, semua karyawan hotel mengenakan busana yang menutup aurat, hotel juga hanya menyediakan makanan dan minuman yang halal serta ketersediaan sarana ibadah di setiap kamar.

Dengan nuansa religi dan nilai islami tersebut, Penginapan Mega Syari'ah Semarang diharapkan tetap dapat memberikan kenyamanan dan pelayanan yang maksimal bagi para konsumennya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh seorang pakar pemasaran Fandy Tjiptono bahwa setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya, pihak manajemen

perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada untuk memenangkan persaingan.

Penginapan Mega Syari'ah Semarang adalah penginapan syariah yang terletak di daerah yang sangat strategis, yaitu dekat dengan bandara Ahmad Yani, Kawasan Industri Candi Gatot Subroto, PLN, Ayam Goreng Suharti, berada diujung pintu masuk tol Semarang dan diujung pintu keluar tol arah Jakarta, pinggir jalan pantura dan juga berada di dekat kampus IAIN Walisongo Semarang. Tingkat kualitas pelayanan, penetapan harga dan juga penentuan lokasi tersebut dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang. Dalam hal ini dapat dijelaskan pada tabel berikut:

*Gambar 1.1*

Perkembangan Pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang  
6 bulan terakhir pada tahun 2012<sup>8</sup>

<b>No</b>	<b>Bulan</b>	<b>Pelanggan</b>	<b>Prosentase</b>
1	Januari	165	
2	Februari	145	-0,12 %
3	Maret	150	0,04 %
4	April	185	0,23 %
5	Mei	189	0,02 %
6	Juni	197	0,04 %

*Sumber: PT. Mega Rozak Semarang*

---

<sup>8</sup> Data diambil dari buku daftar pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang

Sebagaimana konsistensi di Penginapan Mega Syari'ah Semarang yang ingin memberikan loyalitas terhadap pelanggan, maka Penginapan Mega Syari'ah memberikan pelayanan yang selalu berpegang pada sifat siddiq, kreatif, berani dan percaya diri, tabligh serta istiqomah. Dengan berbagai pilihan harga yang sesuai dengan semua jenis kalangan serta lokasi yang sangat strategis dan mudah untuk di jangkau.

Dari tabel tersebut diatas, dapat dijelaskan bahwa semakin banyaknya pelanggan yang datang di Penginapan Mega Syari'ah Semarang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dengan pelayanan yang telah diberikan, penetapan harga serta penentuan lokasi yang strategis dan mudah di jangkau memberikan daya tarik tersendiri terhadap pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.

Mengingat indikator yang digunakan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang sebagai penyedia jasa tersebut, dengan menerapkan kualitas pelayanan, penetapan harga dan juga penentuan lokasi, dan dari uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka penulis ingin mengajukan sebuah penelitian lebih lanjut tentang variabel-variabel tersebut dengan dengan menganbil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PENGINAPAN MEGA SYARI'AH SEMARANG”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang?
3. Apakah lokasi/tempat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang?

## **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.
3. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Penginapan Mega Syari'ah Semarang.

### **1.3.2 Manfaat penelitian**

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi tempat penelitian, yaitu Sebagai masukan bagi pihak Penginapan Mega Syari'ah Semarang, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan/konsumen di Penginapan Mega Syari'ah Semarang, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang, serta dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengevaluasi dalam menerapkan konsep pelayanan, penetapan harga dan penentuan lokasi terhadap pelanggan untuk menciptakan loyalitas pelanggan di penginapan Mega syari' ah Semarang.
2. Bagi Universitas, diharapkan dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, penetapan harga dan penentuan lokasi.
3. Bagi Umum, menambah pengetahuan dan wawasan mengenai bentuk penerapan kualitas pelayanan, penetapan harga dan penentuan lokasi pada perusahaan serta berguna bagi para perusahaan-perusahaan lain sebagai masukan dalam mengembangkan loyalitas pelanggannya.
4. Bagi peneliti, Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

##### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

## BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan.