

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, kemajuan zaman dan pertumbuhan perekonomian yang cukup tinggi mengakibatkan peningkatan taraf hidup rakyat dan juga persaingan dalam bisnis termasuk bisnis jasa. Kualitas layanan pada bidang jasa sangat diperhitungkan dalam dunia bisnis, karena kualitas layanan berdampak pada kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas layanan yang dikehendaki pelanggan. sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk mencapai kepuasan itu maka diperlukan variabel-variabel yang dijadikan sebagai sarana dalam pencapaiannya. Variabel-variabel tersebut meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Hotel Semarak Medan, selalu berupaya untuk dapat memenuhi kelima variabel tersebut dengan harapan dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggannya serta para pelanggannya tersebut akan menjadi pelanggan loyal terhadap hotel yang dipilihnya.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat serta diimbangi dengan perkembangan alat-alat teknologi yang semakin canggih sehingga mempermudah setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja usahanya untuk mencapai tujuannya yaitu mendapatkan laba yang semaksimal mungkin dengan

pengorbanan seminimal mungkin. Mencapai tujuan dari setiap perusahaan yang bersaing tersebut tidaklah mudah, semuanya pasti mempunyai strategi-strategi khusus untuk memenangkan persaingan bisnis. Persaingan memang sangat diperlukan di segala bidang, karena dengan adanya persaingan akan semakin termotivasi dalam diri setiap individu untuk memacu dirinya untuk meningkatkan kualitas diri sehingga dirinya mampu untuk berlomba-lomba atau bersaing dengan siapa saja.

Saat ini untuk membuktikan suatu perusahaan dapat unggul dari perusahaan lainnya yaitu dengan diminatinya produk-produk yang diturunkan oleh para konsumen. Menarik perhatian para konsumen tentunya bukan hal yang mudah bagi setiap perusahaan karena terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Soekimo (2007 : 77), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen adalah harga, pendapatan, harga barang lain (barang substitusi dan komplementer), usia dan ekspektasi. Pada saat inilah peran seorang pemasar harus maksimal untuk memasarkan produknya melalui iklan. Selain itu pemasar juga harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan agar konsumen tertarik. Seorang konsumen pastinya menginginkan kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan sehingga menambah kepuasan bagi dirinya dalam menikmati produk yang telah dibelinya.

Tjiptono (2004 : 51) mengemukakan bahwa konsep kualitas itu sendiri dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas