

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam mewujudkan keberhasilan yang ingin dicapai dalam suatu perusahaan, kepuasan pelanggan menjadi faktor utama. Kepuasan pelanggan adalah suatu dari respon emosional seseorang yang muncul ketika membandingkan antara harapan yang di sajikan dan hasil nyata yang diberikan oleh sebuah produk atau layanan (1). Perusahaan dituntut tidak hanya sekedar memberikan layanan, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen sehingga pelanggan percaya akan layanan yang ada pada suatu bisnis. Oleh karena itu, perusahaan di berbagai sektor industri harus berfokus pada perbaikan berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang mampu memenuhi atas harapan dari pelanggan akan membuat mereka merasakan kepuasan atas jasa yang diberikan perusahaan sehingga kedepannya perusahaan cenderung memiliki pelanggan yang lebih loyal serta memiliki reputasi yang baik di pasar (2).

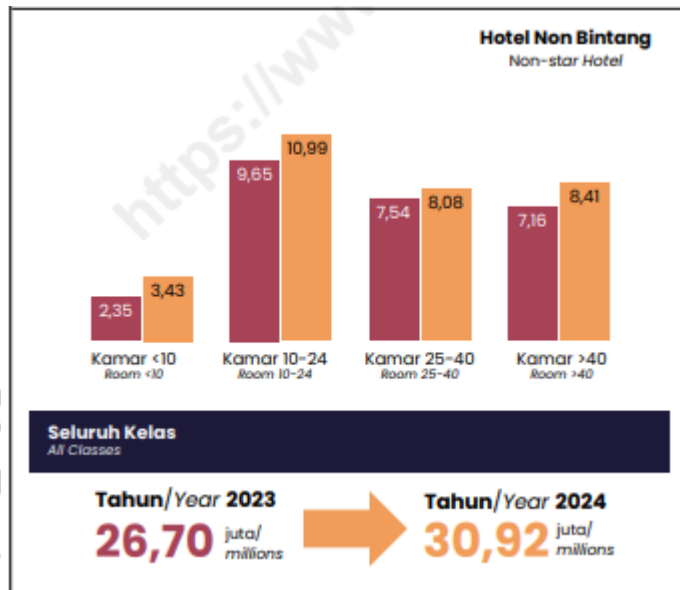
Dalam mencapai kepuasan pelanggan tersebut terdapat kualitas layanan yang perlu diperhatikan. Kualitas Layanan adalah keseluruhan karakteristik dan fitur layanan yang menentukan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun yang tersirat(3). Kualitas layanan merupakan aspek fundamental yang mencerminkan seberapa baik perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas layanan adalah sebuah keadaan yang terus berkembang, mencakup berbagai aspek seperti barang dan jasa yang ditawarkan, sumber daya manusia yang terlibat, sistem operasional, serta kondisi sekitar, di mana kesemuanya bertujuan untuk mencapai atau bahkan melampaui ekspektasi para pelanggan(4). Hal ini meliputi kehandalan dalam memberikan layanan, daya tanggap terhadap kebutuhan konsumen, jaminan keamanan dan kenyamanan, serta empati dalam melayani konsumen. Hal tersebut sangat penting dan dasar karena ini adalah cara terbaik untuk mengevaluasi seberapa baik

perusahaan agar dapat memuaskan setiap konsumen dengan kebutuhan tersembunyinya.

Pelanggan yang menerima layanan dengan kualitas baik akan merasa dihargai dan puas karena layanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka (5). Sebaliknya, apabila kualitas layanan tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa kecewa dan mengalami ketidakpuasan. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan mampu memberikan pelayanan yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan menjadi fokus utama bagi perusahaan dalam upaya memenuhi harapan pelanggan serta menciptakan pengalaman layanan yang positif (2).

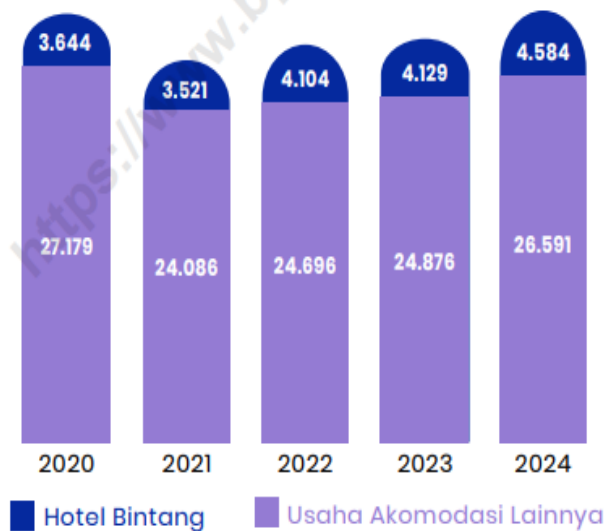
Faktor penting lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kepercayaan. Kepercayaan pelanggan adalah suatu kondisi yang mencakup keyakinan dan harapan pelanggan yang positif terhadap janji yang dapat diandalkan dan dapat dipercaya dari perusahaan dalam rangka mempererat hubungan kerja yang saling menguntungkan (6). Kepercayaan pelanggan adalah suatu aspek penting bagi penyedia jasa, yang terbentuk melalui kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*) dan integritas layanan, sehingga mendorong konsumen untuk menjalin hubungan jangka panjang (7).

Kepercayaan sangat penting bagi perusahaan jasa karena mereka menjanjikan pembelian suatu layanan yang tidak terlihat kepada pelanggan, di mana pelanggan membayar sebelum merasakannya, tanpa kepercayaan, perusahaan tidak dapat membangun hubungan yang nyata (8). Pembentukan kepercayaan pelanggan membutuhkan waktu yang cukup panjang hingga tercipta hubungan saling percaya antara individu maupun perusahaan yang memperlancar proses transaksi. Jika tidak terdapat kepercayaan antara konsumen dan perusahaan, akan menjadi tantangan untuk membangun relasi yang baik, sehingga berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.



Sumber: *bps.go.id* (2025)

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengunjung Kamar Hotel Non Bintang



Sumber: *bps.go.id* (2025)

Gambar 1.2 Jumlah Industri Hotel dan Akomodasi di Indonesia

Industri jasa penginapan di Indonesia terus mengalami pertumbuhan seiring dengan berkembangnya sektor pariwisata. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Direktorat Statistik Keuangan (2024) jumlah industri hotel bintang mengalami

kenaikan selama tahun 2024 dibanding tahun 2023, dimana hotel yang beroperasi sebanyak 4.584 hotel, dibanding tahun 2023 hanya sebanyak 4.129 hotel(9). Industri hotel non bintang selama tahun 2024 untuk jumlah malam kamar yang terpakai naik 15,79 persen yaitu sebesar 4,22 juta malam kamar dibanding tahun 2023. Persaingan yang semakin ketat di industri penginapan mengharuskan setiap penginapan untuk tidak hanya berfokus pada penyediaan kamar, tetapi juga harus memperhatikan kualitas layanan dan kepercayaan yang ditawarkan untuk menciptakan pengalaman menginap yang memuaskan bagi tamu.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam menentukan keberlanjutan suatu perusahaan atau organisasi. Tahun 2025 kepuasan tamu penginapan menjadi semakin krusial mengingat kemudahan berbagi pengalaman melalui platform ulasan *online* seperti Traveloka, Booking.com, dan Google Maps. Selanjutnya, tamu yang puas cenderung akan memberikan ulasan positif yang dapat meningkatkan reputasi penginapan, sedangkan pengalaman negatif dapat dengan cepat tersebar dan mempengaruhi keputusan calon tamu lainnya.

Kualitas layanan dalam bisnis penginapan merupakan aspek fundamental yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen. Hal ini meliputi kecepatan proses *check-in* dan *check-out*, keramahan staf, kebersihan kamar, ketanggapan dalam menangani keluhan tamu, serta profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan. Ketika kualitas layanan tidak memenuhi standar yang diharapkan, tamu penginapan dapat merasa kecewa dan memilih untuk menginap di penginapan kompetitor pada kunjungan berikutnya.

Pelanggan yang memperoleh layanan berkualitas akan merasa dihargai dan lebih puas, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka dapat menyebabkan ketidakpuasan yang berujung pada penurunan loyalitas dan bahkan beralih ke kompetitor lain. Pelanggan yang merasa puas dengan layanan yang diberikan cenderung menjadi pelanggan setia, dapat merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, serta meningkatkan citra positif perusahaan. Terdapat banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk

meningkatkan kualitas layanan guna memenuhi ekspektasi pelanggan serta memenangkan persaingan di industri yang mereka geluti.

Selain kualitas layanan, kepercayaan pelanggan juga memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Kepercayaan pelanggan mencerminkan keyakinan konsumen terhadap kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi janji-janjinya, seperti kejujuran, keamanan, kenyamanan, kebersihan, serta kesesuaian antara ekspektasi dan kenyataan. Konsumen biasanya tidak hanya mempertimbangkan harga dalam konteks penginapan, tetapi juga integritas penyedia layanan, keandalan pelayanan, serta transparansi informasi yang diberikan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki pelanggan terhadap penginapan, maka semakin besar pula kemungkinan mereka merasa puas atas layanan yang diberikan (10).

Industri penginapan merupakan salah satu sektor penting dalam industri pariwisata yang terus berkembang pesat, khususnya di kota-kota destinasi wisata seperti kota Malang. Kota Malang dikenal dengan daya tarik wisatanya yang beragam, mulai dari wisata alam, budaya, hingga kuliner. Pertumbuhan industri penginapan yang pesat di Malang menuntut setiap penginapan untuk memberikan layanan yang berkualitas dan membuat konsumen aman sehingga mereka memiliki kepercayaan terhadap penginapan agar meningkatkan kepuasan konsumen.

Salah satu penginapan yang beroperasi di Malang adalah Serayu *Homestay* Syariah. Penginapan ini memberikan layanan jasa penyewaan kamar bagi pengunjung untuk singgah dan beristirahat dalam kurun waktu yang sementara. Serayu *Homestay* Syariah terletak di Jl. Raya Sumbersari No.285C, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145. Serayu *Homestay* Syariah merupakan jasa penyewaan kamar berupa penginapan *homestay* yang akan dijadikan objek penelitian oleh peneliti.

Untuk memastikan kepuasan pelanggan, Serayu *Homestay* Syariah perlu mempertahankan kualitas layanan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan dapat memberikan dampak signifikan bagi perusahaan pada era digital ini, mengingat konsumen kini memiliki kemudahan dalam menyampaikan penilaian mereka. salah satu platform yang memungkinkan

pelanggan memberikan umpan balik adalah *Google Review*, seperti yang ditunjukkan pada gambar.



Sumber: *play.google.com* (2025)

Gambar 1. 3 Account Google Penginapan Serayu *Homestay* Syariah



Sumber: *play.google.com* (2025)

Gambar 1. 4 Rating dan Ulasan Penginapan Serayu *Homestay* Syariah

Gambar 3 dan 4 menampilkan *feedback* dan rating yang disampaikan oleh pengunjung Penginapan Serayu *Homestay* Syariah mengenai tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima. Berdasarkan data yang ditunjukkan pada gambar 4, ulasan pengunjung untuk Penginapan Serayu *Homestay* Syariah mendapatkan nilai rata-rata 1,9 dari 5 bintang, dengan total ulasan *google review* mencapai 457 ulasan. Perolehan rating ini mengindikasikan tingkat kepuasan konsumen yang kecewa terhadap Penginapan Serayu *Homestay* Syariah tersebut.

Table 1 Frekuensi Penilaian Pelanggan

Rating	Jumlah Rating
5	34
4	13
3	17
2	16
1	272

Sumber play.google.com data diolah (2025)

Table 2 Data Sampel Jenis Keluhan Konsumen Dari Ulasan Penginapan Serayu *Homestay* Syariah

No	Jenis Keluhan	Jumlah
1.	Fasilitas penginapan tidak terawat	123
2.	Ketidak jelasan hubungan hotel dengan aplikasi mitra	73
3.	Keluhan lainnya	42

Sumber play.google.com data diolah (2025)

Peneliti mengambil sampel data sebanyak 272 ulasan dengan fokus pada ulasan bintang satu dari total 457 ulasan yang ada pada Penginapan Serayu *Homestay* Syariah. Data pada tabel 1 mengungkapkan adanya permasalahan serius dalam pelayanan dan kepercayaan pelanggan pada Penginapan Serayu *Homestay* Syariah, terutama terkait banyaknya respon konsumen yang mengeluhkan tidak terawatnya tempat atau fasilitas yang disediakan oleh penginapan serta tidak sesuainya penyediaan kamar konsumen penginapan yang memesan kamar melalui mitra pihak kedua.

Berdasarkan data yang tercantum pada tabel 2, terdapat berbagai keluhan konsumen yang berfokus pada dua hal utama yaitu penginapan tidak terawat dan ketidakjelasan penyediaan kamar penginapan melalui mitra pihak ketiga. Kedua aspek ini memiliki dampak langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dan realitas layanan yang diberikan, terutama dalam dua aspek seperti kondisi penginapan dan kemudahan penyediaan kamar penginapan melalui aplikasi mitra pihak kedua dimana Serayu *Homestay Syariah* tidak profesional.

Perspektif kondisi kualitas pelayanan dari segi fasilitas fisik pada Serayu *Homestay Syariah*, ditemukan berbagai ketidaksesuaian dengan standar layanan penginapan yang semestinya yaitu keterbatasan dan disfungsi fasilitas kamar, kebersihan yang tidak terjaga pada kamar mandi, kondisi kamar yang lembab, tempat tidur yang tidak terawat, kurangnya kelengkapan *amenities* dasar seperti gantungan baju, keset, dan tempat sampah, masalah pada sistem penyediaan air. Aspek pelayanan penyediaan kamar pihak kedua, terdapat indikasi tidak profesionalnya penginapan terhadap konsumen yang melakukan pemesanan melalui aplikasi pihak kedua, seperti konsumen yang telah melakukan *booking* melalui aplikasi pihak kedua dikenakan biaya tambahan lagi, tidak tersedianya kamar yang telah di *booking* oleh konsumen melalui aplikasi pihak kedua yang membuat konsumen dikecewakan dan merasa tidak puas.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian mendalam mengenai fenomena tersebut sebagai objek penelitian skripsi ini dengan mengangkat judul **“Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen Serayu *Homestay Syariah*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, teridentifikasi bahwa masalah utama yang dihadapi adalah ketidakpuasan dan kekecewaan konsumen setelah menginap di Serayu *Homestay Syariah*. Kondisi ini perlu mendapat perhatian serius mengingat ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan dan kepercayaan yang diberikan penginapan Serayu *Homestay Syariah* dapat mengakibatkan penurunan pendapatan dari penginapan tersebut, sehingga jika masalah tersebut terus berlanjut akan membuat penginapan tersebut tutup. Upaya

untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penulis menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada penginapan Serayu *Homestay* Syariah Malang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penginapan Serayu *Homestay* Syariah Malang?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penginapan Serayu *Homestay* Syariah Malang?
4. Variabel mana yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada penginapan Serayu *Homestay* Syariah Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berangkat dari konteks permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan pelanggan tentang kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan penginapan Serayu *Homestay* Syariah Malang
2. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penginapan Serayu *Homestay* Syariah Malang
3. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penginapan Serayu *Homestay* Syariah Malang
4. Untuk mengetahui variabel kualitas layanan atau kepercayaan yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada penginapan Serayu *Homestay* Syariah Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemilik penginapan Serayu *Homestay* Syariah kota Malang untuk melakukan perbaikan dan pengembangan kualitas pelayanan dan kepercayaan. Dengan peningkatan layanan tersebut, diharapkan dapat mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam mengunjungi penginapan Serayu *Homestay* tersebut.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis sebagai sumber rujukan bagi penelitian yang lainnya serta menambah pengetahuan, khususnya dalam ilmu manajemen pemasaran.

