

BAB I

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Jawa Timur merupakan salah satu penyebab dimana berkembangnya pula industri perhotelan di Jawa Timur.

Tabel I.1 Data Wisatawan Yang Datang Ke Jawa Timur

Jumlah Wisatawan Mancanegara Dengan Visa dan Tanpa Visa dan Wisatawan Domestik yang masuk Jawa Timur Tahun 2009 - 2012			
Tahun	Jumlah Wisman Dengan Visa	Jumlah Wisman Tanpa Visa	Jumlah Wisatawan Domestik (000)
2009	66.190	53.923	23.179
2010	38.732	86.806	21.790
2011	122.628	63.187	27.100
2012	128.989	68.787	33.225

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur

Sumber: <http://jatim.bps.go.id/> Tgl 5 Agustus 2014

Berdasarkan tabel I.1 jumlah wisatawan asing maupun domestik yang masuk ke Jawa Timur pada tahun 2009-2012 mengalami peningkatan. Sehingga industri perhotelan merupakan salah satu industri yang menarik perhatian bagi para pebisnis yang ada di Jawa Timur, hal ini didukung dengan meningkatnya Struktur PDB di Jawa Timur.

Tabel I.2 Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2011-2013 (Persen)

Lapangan Usaha	2011	2012	2013
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	14,71	14,50	14,43
2. Pertambangan dan Penggalian	11,82	11,80	11,24
3. Industri Pengolahan	24,35	23,97	23,69
4. Listrik, Gas, dan Air Bersih	0,75	0,76	0,77
5. Konstruksi	10,16	10,26	9,99
6. Perdagangan, Hotel, dan Restoran	13,80	13,96	14,33
7. Pengangkutan dan Komunikasi	6,62	6,67	7,01
8. Keuangan, Real Estat, dan Jasa Perusahaan	7,21	7,27	7,52
9. Jasa-Jasa	10,58	10,81	11,02
Produk Domestik Bruto (PDB)	100,00	100,0	100,00
PDB Tanpa Migas	91,60	92,21	92,65

Sumber: <http://jatim.bps.go.id/> Tgl 5 Agustus 2014

Menurut Data Struktur PDB Jawa Timur di atas yang memiliki hubungan pada kepariwisataan yaitu perdagangan , hotel dan restoran(6); pengangkutan dan komunikasi(7); jasa-jasa(9). Dan yang memiliki angka terbesar yaitu perdagangan ,hotel dan restoran(6). Sehingga dari data tabel I.2 dapat dijadikan informasi dan terdapat peluang yang cukup besar bagi pebisnis yang ingin terjun di industri perhotelan di Jawa Timur.

Jawa Timur adalah salah satu daerah dimana yang memiliki banyak objek wisata baik itu wisata sejarah, wisata alam, dan lain sebagainya. Menurut Sunarmaji, Kepala Bidang Pemasaran, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur, dalam (<http://bappeda.jatimprov.go.id>)

“Potensi pariwisata Jawa Timur sebenarnya cukup besar, Jatim memiliki 760 daerah tujuan wisata (DTW), 264 DTW berupa wisata alam, 306 DTW wisata budaya, dan 190 DTW wisata minat khusus. Sungguh kekayaan yang luar biasa, untuk mengembangkan wilayah dan kesejahteraan masyarakat Jawa Timur”.

Salah satu daerah dari wilayah Jawa Timur yang memiliki tujuan wisata seperti wisata sejarah, wisata alam, dan sebagainya yaitu Kota Blitar. Kota Blitar merupakan kota yang memiliki nilai sejarah dan sering diadakan banyak acara seperti yang dijelaskan menurut H. Syarief Genda, S.Sos, M.Si dalam berita (<http://bappeda.jatimprov.go.id>):

“Kota Blitar merasa bangga dan berterima kasih kepada organisasi mahasiswa tersebut karena merasa dipercaya untuk menjadi tuan rumah kongres berskala nasional untuk pertama kalinya. Kota Blitar menerima dan mempersilakan kepada organisasi kemahasiswaan tersebut untuk melaksanakan kongres dengan tertib, terangnya. Pada sisi lain, imbuh Kepala Bakesbangpol dan Linmasda Kota Blitar, pemkot sudah memfasilitasi pelaksanaan kongres tersebut dengan menyediakan beberapa objek yang dapat digunakan. Salah satunya adalah Istana Gebang, yang direncanakan sebagai lokasi utama pelaksanaan kongres nasional tersebut. Dengan menggunakan Istana Gebang sebagai lokasi utama pelaksanaan kongres GMNI, ini akan menjadi pelengkap bagi penyelenggaraan Bulan Bung Karno Tahun 2013.”

Kemudian juga adanya kegiatan wisata sejarah seperti makam Bung Karno, Istana Gebang dan Candi Penataran yang dijadikan sebagai tujuan wisata, hal ini dibuktikan dari berita yang dijelaskan Menurut Kepala Dinas Komunikasi, Informatika dan Pariwisata Daerah (Dinas Kominparda) Kota Blitar, A. Abu Mansyur, SH, M.Si. dalam (<http://bappeda.blitarkota.go.id>) :

“Pekot Blitar mencatat rerata 200 orang per hari mengunjungi Istana Gebang dan makan Bung Karno pada catur wulan pertama tahun 2012. Berdasarkan pantauan pemkot, imbuh Kepala Dinas Kominparda Kota Blitar, wisatawan lokal masih mendominasi jumlah kunjungan di Istana Gebang dan makan Bung Karno. Dapat dikatakan dalam jumlah wisatawan berkunjung ke Istana Gebang dan makan Bung Karno yang berkisar 200 orang per hari. Begitu juga ketika memperhatikan jumlah wisatawan yang berkunjung menjelang pelaksanaan BBK pada rentang bulan Mei 2012 yang mencapai 400-500 orang. Angka ini mungkin akan mengalami pergeseran signifikan, termasuk terhadap wisatawan mancanegara, ketika BBK mulai dilangsungkan, jelasnya.”

Table I.3 Jumlah wisatawan yang datang ke blitar

Kewarganegaraan/ Kebangsaan <i>Citizenship/Nationality</i>	Jumlah Tamu / <i>Number of Guest</i>				
	2009	2010	2011	2012	2013
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. W N I <i>Indonesian Citizens</i>	98 707	102 473	116 620	113 514	132 568
2. W N A <i>Foreign Citizens</i>	940	873	1 746	1 503	1 644
Jumlah	99 647	103 346	118 366	115 017	134 212

Sumber/Source : BPS Kota Blitar/ *BPS-Statistics of Blitar City*

Sumber: www.blitarkota.bps.go.id Tgl 5 Agustus 2014

Dari data tabel I.3 dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan yang datang ke Blitar dari tahun 2009 sampai tahun 2011 mengalami peningkatan. Kemudian pada tahun 2012 mengalami penurunan tetapi kembali naik pada tahun 2013. Sehingga dapat dikatakan banyaknya turis yang datang baik itu WNI maupun WNA untuk melakukan kegiatan di

Blitar. Kegiatan yang dilakukan seperti berlibur, berbisnis, dan sebagainya, sehingga dibutuhkan tempat menginap, dan tempat untuk melakukan beberapa kegiatan *Meeting, Incentive, Convention and Exhibition (MICE)* akan keperluan bisnis atau lainnya. Untuk mendukung bisnis pariwisata di kota Blitar maka banyak hotel yang berdiri di kota tersebut.

Table I.4 Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha di Blitar Tahun 2011-2013 (Persen)

Lapangan Usaha / Sub Lapangan Usaha (1)	2011 (2)	2012 r) (3)	2013 *) (4)
1. PERTANIAN	236,64	247,76	260,72
a. Tanaman Bahan Makanan	251,86	254,75	263,57
b. Tanaman Perkebunan	-	-	-
c. Peternakan	215,92	236,32	253,06
d. Kehutanan	-	-	-
e. Perikanan	264,58	297,17	323,57
2. PERTAMBANGAN DAN PENGGALIAN	256,52	271,12	282,82
a. Pertambangan Migas	-	-	-
b. Pertambangan Non Migas	-	-	-
c. Penggalian	256,52	271,12	282,82
3. INDUSTRI PENGOLAHAN	221,03	232,38	244,31
a. Industri Migas	-	-	-
1. Pengilangan Minyak Bumi	-	-	-
2. Gas Alam Cair	-	-	-
b. Industri Tanpa Migas	221,03	232,38	244,31
1. Makanan, Minuman & Tembakau	242,97	260,53	277,07
2. Tekstil, Barang Kulit & Alas Kaki	198,68	208,24	219,05
3. Barang Kayu & Hasil Hutan Lain	204,92	209,28	215,67
4. Kertas & Barang Cetakan	191,86	206,77	219,30
5. Pupuk Kimia & Barang dari Karet	159,87	167,59	174,97
6. Semen & Barang Galian Non Migas	180,91	192,85	199,53
7. Logam Dasar Besi & Baja	148,60	154,20	154,97
8. Alat Angkutan, Mesin & Peralatan	-	-	-
9. Barang Lainnya	280,39	293,93	301,85
4. LISTRIK , GAS DAN AIR	190,74	192,87	198,49
a. Listrik	184,99	187,57	193,44
b. Gas Kota	-	-	-
c. Air Bersih	274,66	276,58	281,47
5. BANGUNAN	251,43	267,55	289,52
6. PERDAGANGAN, HOTEL DAN RESTORAN	217,56	228,45	242,23
a. Perdagangan	218,35	228,97	242,85
b. Hotel	191,98	204,63	215,71
c. Restoran	216,07	228,62	241,87
7. ANGKUTAN DAN KOMUNIKASI	179,23	188,07	198,96
a. Pengangkutan	205,29	214,38	227,25
1. Angkutan Rel	191,29	189,33	207,11
2. Angkutan Jalan Raya	212,66	220,89	232,70
3. Angkutan Laut	-	-	-
4. Angkutan Penyeberangan	-	-	-
5. Angkutan Udara	-	-	-
6. Jasa Penunjang Angkutan	200,49	212,36	225,34
b. Komunikasi	156,68	165,47	175,06
1. Pos dan Telekomunikasi	156,03	164,97	174,70
2. Jasa Penunjang Komunikasi	184,71	187,20	190,16
8. KEUANGAN, PERSEWAAN & JASA PERUSH.	239,81	257,30	275,56
a. Bank	282,57	310,78	337,59
b. Lembaga Keuangan Bukan Bank	193,52	202,86	212,80
c. Jasa Penunjang Keuangan	196,47	206,50	216,76
d. Sewa Bangunan	223,79	231,12	242,95
e. Jasa Perusahaan	209,70	215,63	222,41
9. JASA - JASA	210,77	224,62	239,51
a. Pemerintahan Umum	244,40	261,94	281,48
1. Adm. Pemerintah & Pertahanan	244,40	261,94	281,48
2. Jasa Pemerintah Lainnya	-	-	-
b. Swasta	189,71	200,93	212,80
1. Jasa Sosial Kemasyarakatan	210,45	228,79	243,59
2. Jasa Hiburan dan Kebudayaan	179,94	188,37	195,11
3. Jasa Perorangan dan Rumah Tangga	181,52	189,44	199,95
PDRB DENGAN MIGAS	216,27	228,36	242,48
PDRB TANPA MIGAS	216,27	228,36	242,48

Sumber/Source : BPS Kota Blitar/ BPS-Statistics of Blitar City

Sumber: www.blitarkota.bps.go.id

Dari data tabel I.4 dapat diketahui bahwa data BPS untuk industri perhotelan di daerah Blitar dari tahun 2011 hingga tahun 2013 mengalami peningkatan, Seiring dengan peningkatan wisatawan yang datang ke Blitar.

Meningkatnya persaingan di industri perhotelan menuntut perusahaan melakukan pembenahan strategi dan terus memperbaiki kinerjanya dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada customer untuk menghadapi persaingan tersebut. Setiap perusahaan memiliki strategi yang berbeda-beda. Strategi yang berbeda memerlukan prioritas tugas, faktor penentu keberhasilan, keterampilan, perspektif dan perilaku yang berbeda pula. Strategi perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam perusahaan jasa, dimana strategi dinyatakan sebagai kumpulan rencana untuk mencapai tujuan organisasi (Anthony dan Govindarajan,2005).

Setelah dilihat dari data wisatawan yang datang ke Blitar dan data PDB menurut lapangan usaha yaitu bidang perhotelan, meskipun mengalami peningkatan tapi tidak membuktikan meningkatnya tingkat hunian kamar di beberapa hotel di Blitar. Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) pada tabel I.5 tingkat hunian hotel di Kota Blitar pada tahun 2013 sebesar 656 unit mengalami penurunan dari tahun 2012 sebesar 664 unit.

Tabel I.5. TPK Hotel di Kota Blitar

Kecamatan <i>District</i>	Hotel/Hotel			Penginapan/Rest in			
	Jumlah <i>Number of Hotel</i>	Kamar <i>Room</i>	Tempat Tidur <i>Bed</i>	Jumlah <i>Number of Hotel</i>	Kamar <i>Room</i>	Tempat Tidur <i>Bed</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
1. Sukorejo	3	80	113	1	8	8	
2. Kepanjenkidul	11	462	738	1	22	80	
3. Sananwetan	2	114	184	1	15	15	
Kota Blitar	2013	16	656	1 035	3	45	103
	2012	16	664	1 028	3	47	105
	2011	16	645	1 039	3	46	46
	2010	15	558	896	3	46	46
	2009	14	509	802	3	45	45

Sumber/Source : BPS Kota Blitar/ BPS-Statistics of Blitar City

Sumber: www.blitarkota.bps.go.id Tgl 5 Agustus 2014

Setiap Strategi yang diterapkan dalam perusahaan untuk pencapaian target perusahaan dan peningkatan penjualan serta promosi yang dilakukan itu berbeda. Target perusahaan yang akan dicapai oleh suatu perusahaan harus didukung dengan adanya suatu strategi yang tepat agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas usahanya. Selain itu perusahaan perlu melakukan manajemen pemasaran yang tepat agar sesuai dengan target perusahaan serta meningkatkan penjualan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. (Anthony dan Govindarajan,2005)

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Manajemen pemasaran terjadi ketika

setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respons yang diinginkan pihak lain. Karenanya kita memandang manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. (Kotler, P., & Keller, K.L., 2013:4-5)

Hubungan strategi dan pemasaran menjadi penting dalam dunia bisnis, karena pada hakikatnya hubungan ini merupakan langkah-langkah kreatif yang berkesinambungan yang diupayakan oleh sebuah perusahaan guna mencapai target pemasaran terbaik dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen secara maksimal. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk mencegah penurunan jumlah konsumen serta jatuhnya daya saing produk bisnis di pasar. Strategi merupakan daya kreativitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh pimpinan puncak perusahaan sedangkan fokus pada pemasaran dilakukan oleh manajer pemasaran. (Hermawan, 2012).

Organisasi yang baik adalah yang memiliki tujuan jelas berdasarkan visi dan misi yang disepakati pendirinya. Untuk mewujudkan tujuan tersebut dibutuhkan cara untuk mencapainya yang lazim disebut sebagai strategi. Selanjutnya disusun rencana (plan), kebijakan (policies) hingga pencapaian dan program aksi. Dalam penerapannya, bisa saja unsur diatas mengalami perubahan sebagai akibat dari tidak terpenuhinya asumsi-asumsi yang dipakai dalam perencanaan, misalnya karena sumber daya yang didapat tidak sesuai dengan harapan. Bisa pula

disebabkan oleh tujuan yang terlalu abstrak sehingga sangat jauh dari apa yang diharapkan. Setiap organisasi tentu memiliki perencanaan, dan bagi lingkup perusahaan kita mengenal istilah perencanaan strategi, dimana perencanaan strategi ini dapat membantu kita mengevaluasi secara berkala untuk mencapai tujuan, membantu perusahaan untuk maju dan berkembang, memperbesar pangsa pasar di tengah persaingan usaha yang semakin tajam (Allison & Kaye, 2005).

CV. Puri Perdana merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang perhotelan. Hotel Puri Perdana terletak di Kota Blitar, dimana Hotel ini merupakan salah satu Hotel bintang tiga di Kota Blitar. Berdasarkan standart dan pengakuan yang diberikan oleh Bapak Edward sebagai General manajer Hotel, Hotel Puri Perdana saat ini termasuk hotel bintang 3 dan termasuk 4 hotel terbaik di kota Blitar. Saat ini Strategi yang digunakan oleh Hotel Puri Perdana yaitu dengan memberikan harga murah (Cost Leadership) yang diberikan pada harga 129 ribu untuk standart room, 235 ribu untuk superior dan 315 ribu untuk deluxe room. Berikut ini perbandingan harga hotel Puri Perdana dengan pesaingnya:

Tabel I.6. Perbandingan Harga Hotel Puri Perdana Dengan Pesaingnya Di Kota Blitar Pada Tahun 2013

nama hotel	harga kamar standart
Puri Perdana	Rp 129.000,-
Hotel Tugu	Rp 210.000,-
Grand Mansion	Rp 250.000,-
Patria	Rp 176.000,-

Sumber: website resmi tiap hotel yang sudah diolah

Berikut ini Tabel pembandingan fasilitas Hotel Puri Perdana terhadap pesaingnya:

Tabel I.7. Pembandingan Fasilitas Hotel Puri Perdana Terhadap Pesaingnya

nama hotel	spa	kolam renang	restaurant	karaoke	ruang meeting	internet/WIFI
Puri Perdana	√	√	√	√	√	√
Hotel Tugu	√		√			√
Grand Mansion			√		√	√
Patria			√		√	

Sumber: website resmi tiap hotel yang sudah diolah

Dilihat dari tabel I.7 di atas Hotel Puri Perdana memiliki fasilitas yang lebih baik dari para pesaingnya. Segala kebijakan yang telah dilakukan oleh Hotel Puri Perdana ini, yaitu dengan memberikan harga yang lebih murah dari para pesaingnya dan mempunyai fasilitas yang lebih lengkap daripada pesaingnya tidak membuat Hotel Puri Perdana memiliki tingkat hunian yang lebih tinggi dari pesaingnya. Tingkat hunian hotel puri perdana masih dibawah pesaingnya. Pesaing utama hotel Puri Perdana adalah hotel Tugu, Grand Mansion dan Hotel Patria. Namun tingkat hunian kamar di hotel Puri Perdana ini termasuk rendah dihitung berdasarkan rata-rata per 3 tahun terakhir, hal itu dapat dilihat dari tabel I.8 di bawah ini:

Tabel I.8. Data perbandingan tingkat hunian kamar

nama hotel	tingkat hunian kamar(precentage)		
	2011	2012	2013
Puri Perdana	60%	55%	55%
Hotel Tugu	72%	75%	73%
Grand Mansion	70%	73%	71%
Patria	65%	63%	65%

Sumber: manajemen Hotel Puri Perdana

Kebijakan yang telah diterapkan oleh Hotel Puri Perdana tersebut masih belum membawakan hasil yang baik dan pihak manajemen hotel belum memiliki strategi yang tepat dalam melakukan peningkatan kualitas kinerjanya. Buktinya tingkat hunian masih dibawah pesaing dan berdasarkan hasil wawancara dengan manajemen hotel mengatakan banyaknya komplain yang diterima dari customer untuk tingkat pelayanan dan kualitas Hotel Puri Perdana yang dikatakan kurang memuaskan, sehingga menyebabkan pelanggan kecewa.

Tabel I.9. Data Penilaian Pelanggan Dari Bulan Oktober 2013-April 2014

no	comment	frekkuensi			
		baik	kurang	persentase baik	persentase kurang
1	pelayanan/service	263	630	29%	71%
2	kebersihan	383	510	43%	57%
3	keamanan	845	55	95%	6%
4	ketenangan	814	79	91%	9%
5	fasilitas kamar	616	277	69%	31%
6	fasilitas hotel	783	110	88%	12%

Sumber: manajemen Hotel Puri Perdana

Dari data tabel I.9 mengatakan bahwa dilihat dari indikator persentase tingkat pelayanan, kebersihan dan fasilitas kamar memiliki nilai yang kurang dimata pelanggan. Ukuran indikator yang ditetapkan oleh pihak manajemen hotel untuk semua indikator tidak lebih dari 20% (untuk presentase kurang). Untuk itu

diperlukan perbaikan pada indikator pelayanan/*service*, tingkat kebersihan dan fasilitas kamar agar pelanggan puas. Dalam hal pelayanan tersebut yang terdapat di tabel 1.9 belum dapat disajikan secara terperinci, maka harus diketahui bentuk pelayanan apa yang harus diperbaiki.

Menurut Parasuraman dalam fandy Tjiptono (2011) mengatakan terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yang memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Dimensi-dimensi tersebut yaitu: Tangibles, Reliability, Assurance, Empathy, Dan Responsive.

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen (Elu, 2005). Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan.

Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung (Zeithaml dkk., 1996) dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Caruana. 2002). Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang menggunakan produk tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi dan Hamdani.2006). Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Konsep dari kualitas layanan,

kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain (Lupiyoadi dan Hamdani.2006).

Dalam bisnis jasa khususnya perhotelan masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Dalam mengukur faktor kualitas layanan di perhotelan, pihak hotel harus mengetahui persepsi pelanggan dalam melihat tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada kualitas layanan yang terdapat pada Hotel tersebut. Dengan menggunakan tools Importance-Performance Analysis (IPA) untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja tersebut maka pihak hotel dapat mengetahui kepuasan pelanggan akan kualitas layanan yang telah diberikan dan pihak hotel dapat mengetahui faktor manakah yang perlu diperbaiki dan dipertahankan untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Berangkat dari permasalahan tersebut peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisa Tingkat Kualitas Pelayanan Di Hotel Puri Perdana Blitar”.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah :

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Hotel Puri Perdana?
2. Bagaimana meningkatkan tingkat hunian kamar pada Hotel Puri Perdana?

1.2. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Hotel Puri Perdana.
2. Untuk meningkatkan tingkat hunian kamar pada Hotel Puri Perdana.

1.3. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis
Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai ilmu manajemen dalam mengelola manajemen pemasaran strategik pada Hotel Puri Perdana
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini dapat meningkatkan pelayanan dan tingkat hunian kamar pada Hotel Puri Perdana.

1.5. Sistematika Penulisan

Tesis ini dibagi kedalam 6 bab yang saling terkait erat karena bab yang lebih dahulu merupakan dasar untuk uraian dan pembahasan bagi bab-bab selanjutnya. Susunan keenam bab tersebut secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini dipaparkan gambaran umum mengenai isi tesis secara keseluruhan. Pendahuluan ini berisi tentang latar belakang

permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Pada bab ini diuraikan tentang teori-teori yang menjadi dasar dari penelitian ini. Landasan teori yang menjadi dasar kajian penelitian ini, berikut pula model analisisnya akan diuraikan dalam bab ini.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini memberikan penjelasan tentang beberapa hal yang menyangkut metode penelitian yang digunakan untuk meneliti masalah ada, seperti identifikasi variable, jenis dan sumber data yang digunakan, prosedur pengumpulan data, sampai dengan teknik analisis.

BAB IV: Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini memberikan penjelasan secara umum tentang objek penelitian yaitu profil Hotel Puri Perdana Blitar yang meliputi sejarah, visi, misi, tingkat hunian kamar dan pelayanan dari Hotel Puri Perdana Blitar.

BAB V: Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum penelitian, deskripsi masing-masing variable, analisis model, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB VI: Simpulan dan Saran

Menjadi bab terakhir dalam penelitian ini, Bab VI memberikan kesimpulan tentang pembahasan yang telah diberikan pada bab sebelumnya. Pada bab ini juga diberikan saran-saran dari penulis yang menyangkut aspek operasional, kebijakan, maupun konseptual.

