

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DI VILLA IMAH HILLS PANGALENGAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG KONSUMEN



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

**Oleh:
Muhammad Fadhillah Irfan
2010120252**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT
No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2017**

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AT VILLA IMAH HILLS PANGALENGAN ON CONSUMER REPURCHASE INTENTION



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to Complete the Requirement
Of a Bachelor Degree in Economics

By
Muhammad Fadhillah Irfan
2010120252

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM
(Accredited based on the Decree of BAN-PT
No. 227/SK/BAN-PT/Ak XVI/S1/XI/2013)
BANDUNG
2017**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN
DI VILLA IMAH HILLS PANGALENGAN TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG ULANG KONSUMEN**

Oleh
Muhammad Fadhillah Irfan
2010120252

Bandung, Agustus 2017

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing Skripsi,

Dr. Istiharini

PERNYATAAN



Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Fadhillah Irfan
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 21 Januari 1992
NPM : 2010120252
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Kualitas Layanan Di Villa Imah Hills Pangalengan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Konsumen

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Dr. Istiharini

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya unguap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 10 Agustus 2017

Pembuat pernyataan :




Muhammad Fadhillah Irfan

ABSTRAK

Kualitas menjadi salah satu kunci sukses dari setiap bisnis. Kualitas ini diberikan kepada konsumen untuk memenuhi ekspektasi konsumen dengan menyediakan produk dan pelayanan pada suatu tingkat harga (Thio, 2001). Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2005:273), kualitas layanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan suatu perusahaan dapat dilihat dari kepuasan konsumen terhadap kelima dimensi layanan yang ditawarkan.

Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang pariwisata khususnya akomodasi villa di daerah Pangalengan untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Persainganpun yang semakin ketat membuat perusahaan jasa penginapan di Pangalengan berlomba-lomba untuk menarik perhatian masyarakat agar mau berkunjung dan menginap di penginapan mereka hingga pada menciptakan kepuasan konsumennya. Meskipun pihak manajemen Villa Imah Hills telah melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas layanan bagi konsumennya, masih terdapat beberapa keluhan yang berkaitan dengan layanan di Villa Imah Hills Pangalengan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas layanan yang diberikan oleh Villa Imah Hills berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang konsumen.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh dari kualitas layanan terhadap niat beli ulang konsumen. metode pengambilan sampel menggunakan *Convenience sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel jika responden dipandang cocok sebagai sumber data. Jumlah responden adalah sebanyak 100 orang.

Hasil dari analisis regresi ini memperlihatkan bahwa dari lima dimensi dari variabel kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) yang terdapat di Villa Imah Hills Pangalengan, hanya dua dimensi saja yang berpengaruh yaitu *tangibles* dan *empathy*. Hasil ini pun menunjukkan bahwa Villa Imah Hills Pangalengan masih perlu melakukan peningkatan pada kualitas layanan mereka untuk dapat terus membuat konsumen melakukan kunjungan ulang. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan yang terdapat pada Villa Imah Hills Pangalengan berpengaruh sebesar 54,7% terhadap minat berkunjung ulang konsumen.

Kata kunci : kualitas layanan, niat beli ulang konsumen

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT dengan segala kesempurnaan-Nya yang telah memberikan nikmat sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Konsumen di Villa Imah Hills Pangalengan”. Shalawat dan salam dipanjatkan kepada Rasulullah Muhammad, SAW.

Penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari campur tangan dari berbagai pihak. Bimbingan dan motivasi tidak henti-hentinya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan sedemikian rupa. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta Bapak Indrayana dan Ibu Nina Siti Rohaeni yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan upaya tiada henti kepada penulis.
2. Keluarga Besar Bachtiar Effendi dan Komar Yusuf selaku keluarga yang selalu memberikan dukungannya terhadap penulis.
3. Ibu Dr. Istiharini selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Wali penulis yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, saran serta motivasi yang sangat membantu penulis selama penulisan skripsi ini.
4. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra. M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
6. Para staff administrasi, perpustakaan dan pekarya Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
7. Muhammad Fadhillah Akbar, kakak yang selalu memberikan dukungan sampai akhirnya penulis menyelesaikan perkuliahan.
8. Amila Nur Fasya, Fina Nur Khalisa, dan Luthfia Nur Fitriana, adik penulis yang tiada henti-hentinya memberikan motivasi sampai akhirnya penulis menyelesaikan perkuliahan.

9. Ryan Andriansyah, Dito Wangsa, Bayu Prasetya, Rezha Noviana, Dzulhijwan Kelananda dan para sahabat lainnya yang selalu menemani penulis dalam suka maupun duka.
10. Bpk. Bambang selaku manajer pemasaran Villa Imah Hills Pangalengan yang telah baik hati memberi bantuan kepada penulis.
11. Seluruh karyawan Villa Imah Hills yang penuh keramahan selama penulis melakukan observasi dan penyebaran kuesioner di lapangan.
11. Keluarga Manajemen UNPAR 2010 yang bersama-sama berjuang dalam suka dan duka selama masa perkuliahan.
12. Semua yang terlihat dan tidak, yang secara langsung maupun tidak, yang telah berperan dalam penulisan skripsi ini.

Sebagai manusia biasa, penulis tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membaca skripsi ini. Penulis juga berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu manajemen dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Bandung, Agustus 2017

Muhammad Fadhillah Irfan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4. Kerangka Pemikiran	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Pengertian Jasa	10
2.2. Kualitas Layanan	13
2.3. Persepsi	17
2.3.1. Elemen dari Persepsi	18
2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	19
2.4. Niat Beli Ulang	19
BAB 3 METODE & OBJEK PENELITIAN	22
3.1. Metode Penelitian	22
3.1.1. Teknik Pengumpulan Data	22
3.1.2. Populasi dan Sampel	23
3.1.3. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	24
3.1.4. Teknik Pengolahan Data	29
3.1.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	30
3.1.6. Teknik Analisa Data.....	32
3.2. Objek Penelitian.....	37
3.2.1. Gambaran Singkat Villa Imah Hills	37
3.2.2. Visi dan Misi Perusahaan	39

3.2.3. Logo Perusahaan	39
3.3. Profil Responden	39
BAB 4 PEMBAHASAN	44
4.1. Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Layanan di Villa Imah Hills	44
4.1.1. <i>Tangibles</i>	44
4.1.2. <i>Reliability</i>	46
4.1.3. <i>Responsiveness</i>	48
4.1.4. <i>Assurance</i>	49
4.1.5. <i>Empathy</i>	50
4.1.6. Variabel Kualitas Layanan	52
4.2. Persepsi Konsumen Mengenai Minat Berkunjung Ulang di Villa Imah Hills	53
4.3. Uji Asumsi Klasik Regresi Linier Berganda	56
4.3.1. Uji Normalitas	56
4.3.2. Uji Heteroskedastisitas	57
4.3.3. Uji Multikolinearitas	58
4.4. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Ulang di Villa Imah Hills Pangalengan	59
4.4.1. Uji Model Regresi Linear Berganda	60
4.4.2. Uji Hipotesis Parsial Pengaruh Setiap Variabel Bebas (X) Terhadap Variabel Terikat (Y)	61
4.5. Ringkasan Hasil Analisis Data	65
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	70
RIWAYAT HIDUP PENULIS	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Daftar Keluhan Pengunjung Villa Imah Hills	5
Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel X : Kualitas Layanan	26
Tabel 3. 2. Operasionalisasi variabel Y : Minat Berkunjung Ulang	28
Tabel 3. 3. Hasil Pengujian Validitas	31
Tabel 3. 4. Hasil Pengujian Reliabilitas	32
Tabel 3. 5. Intepretasi Rata-rata Hitung	34
Tabel 3. 6. Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 3. 7. Usia Responden	41
Tabel 3. 8. Pekerjaan Responden	41
Tabel 3. 9. Pendapatan Responden	42
Tabel 3. 10. Frekuensi Menginap Responden	43
Tabel 4. 1. Rata-rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Tangibles</i>	45
Tabel 4. 2. Rata-rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Reliability</i>	46
Tabel 4. 3. Rata-rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Responsiveness</i>	48
Tabel 4. 4. Rata-rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Assurance</i>	49
Tabel 4. 5. Rata-rata Hitung Konsumen Mengenai <i>Empathy</i>	51
Tabel 4. 6. Rata-rata Hitung Variabel Kualitas Layanan	52
Tabel 4. 7. Rata-rata Hitung Variabel Minat Berkunjung Ulang	53
Tabel 4. 8. Tabel Coefficient	59
Tabel 4. 8. Tabel ANOVA	61
Tabel 4. 10. Tabel Model Summary	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Grafik Jumlah tamu menginap di Villa Imah Hills Pangalengan Januari – Desember 2016	4
Gambar 1. 2. Model Penelitian	9
Gambar 3. 1. Logo Imah Hills	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 2 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	77
Lampiran 3 : Tabel Induk Data Hasil Kuesioner	85

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bersamaan dengan adanya perubahan kondisi lingkungan yang terjadi, adanya perubahan perilaku manusia, dan aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan rekreasi. Apalagi kebisingan dan terjadinya polusi di kota membuat manusia ingin mencari suasana yang lebih tenang dan jauh dari polusi, maka daerah pegunungan menjadi pilihan bagi masyarakat untuk berlibur.

Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang pariwisata khususnya akomodasi villa di daerah Pangalengan untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Selain pertumbuhan hotel konvensional, kehadiran villa ikut memenuhi permintaan akomodasi wisatawan yang berlibur ke Pangalengan. Jika di hotel konvensional wisatawan merasa tinggal dalam keramaian, pelayanan bersifat 'massal' atau 'kolektif', di villa mereka bisa merasa situasi yang lebih *private* dengan pelayanan bersifat personal. Suasana berlibur secara *private* membuat wisatawan lebih nyaman dan juga aman tinggal di villa. Pada umumnya villa memiliki jumlah kamar yang sedikit, jumlah tamu yang sedikit, maka karyawan villa bisa memberikan mereka pelayanan secara kekeluargaan, sehingga wisatawan lebih merasa diperhatikan, dan cenderung merasa lebih nyaman dalam liburannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga tamu wisatawan merasa terpuaskan.

Villa Imah Hills Pangalengan merupakan salah satu villa di Pangalengan Kabupaten Bandung Selatan yang sudah terkenal sampai ke luar kota. Ini terbukti dengan banyaknya pengunjung dari luar daerah kota Bandung seperti misalnya: Jakarta, Tangerang, Bogor, dan Bekasi bahkan dari luar pulau seperti Pekanbaru dan Palembang

yang datang untuk menghabiskan waktu bersama keluarga ataupun mengadakan acara perusahaan dan komunitas.

Pemandangan alam di daerah Pangalengan memang eksotik dengan hamparan kebun teh yang mempesona. Dengan suhu 15- 18 derajat Celcius pada malam hari, dan 21-25 derajat Celcius pada siang hari. Wajar jika lingkungan menjadi sehat, alami, segar, serta jauh dari kebisingan dan polusi kendaraan bermotor. Setiap pengunjung akan merasakan hawa sejuk yang menentramkan batin dan pikiran. Penduduk lokal pun ramah dan hangat sehingga menambah kenyamanan pengunjung. Kegiatan perkebunan dan peternakan merupakan ciri khas keseharian warga Pangalengan yang menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk bisa melihat langsung prosesnya.

Di Villa Imah Hills Pangalengan berbagai fasilitas juga bisa didapat pengunjung, mulai penginapan yang mampu menampung 70 orang, sarana untuk *team building*, fasilitas *extra bed*, tempat parkir, *catering*, mandi air hangat, *meeting room*, arena berkemah, arena bermain anak-anak, mushola, dan dapur masak.

Untuk mengantar pengunjung mengelilingi Pangalengan, pihak pengelola villa juga menyediakan sarana transportasi dan pemandu lokal. Selain wisata jalan-jalan di kebun teh pengunjung bisa juga mengikuti berbagai paket wisata yang ditawarkan pengelola seperti *outbond*, *paintball*, *hiking*, *tracking*, *rafting* di Situ Cileunca dan lain sebagainya. Bahkan, pengelola juga menyediakan paket wisata minat khusus berupa kunjungan ke pabrik pengolahan susu sapi dan kebun teh malabar. Selain itu ada beberapa objek pendukung seperti Danau Situ Cileunca dan Gunung Nini, hamparan kebun teh di sepanjang lereng pegunungan, objek peninggalan sejarah seperti rumah peninggalan Jerman dan Belanda.

Oleh karena itu Villa Imah Hills Pangalengan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan kualitas layanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan mau berkunjung kembali serta merekomendasikannya kepada orang lain.

Kualitas menjadi salah satu kunci sukses dari setiap bisnis. Kualitas ini diberikan kepada konsumen untuk memenuhi ekspektasi konsumen dengan menyediakan produk

dan pelayanan pada suatu tingkat harga (Thio, 2001). Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2005:273), kualitas layanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan suatu perusahaan dapat dilihat dari kepuasan konsumen terhadap kelima dimensi layanan yang ditawarkan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Konsumen yang kurang puas dengan layanan jasa atau produk yang dirasakan, maka akan beralih untuk mencari pelayanan jasa atau produk yang dianggap lebih baik dari pelayanan jasa atau produk sebelumnya. Intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing. Memberikan pelayanan yang maksimal diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Atmawati dan Wahyuddin, 2004).

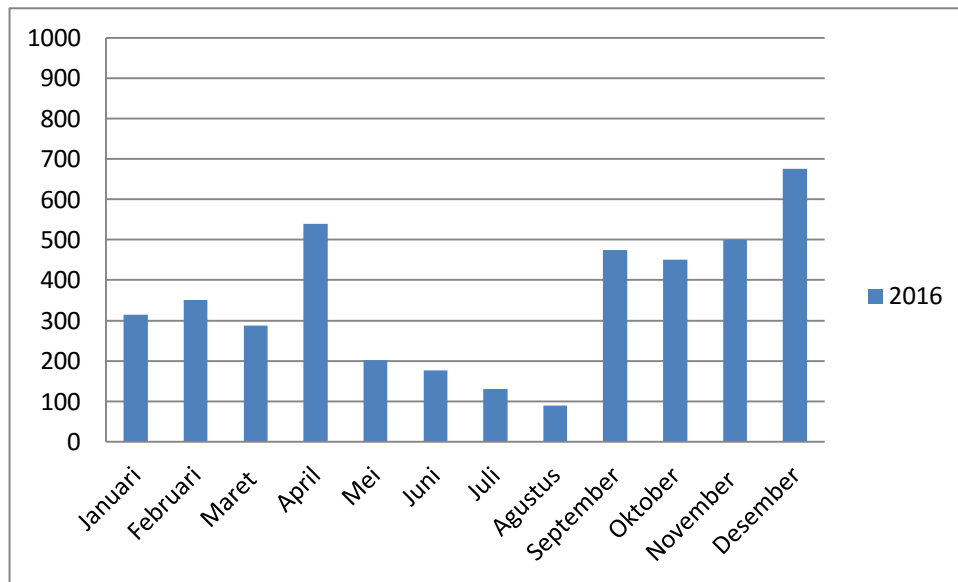
Villa Imah Hills Pangalengan ini kerap kali penuh pada hari-hari tertentu bagi pengunjung yang ingin berlibur ataupun perusahaan dan komunitas yang mengadakan *gathering*.

Berikut ini adalah data mengenai jumlah tamu yang menginap di Villa Imah Hills Pangalengan:

Gambar 1.1

Grafik Jumlah tamu menginap di Villa Imah Hills Pangalengan

Januari – Desember 2016



Sumber: PT. Imah Hills Pangalengan Indonesia

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah tamu yang menginap di Villa Imah Hills Pangalengan mempunyai pola yang fluktuatif setiap bulannya pada tahun 2016. Tetapi ada beberapa bulan yang jumlah pengunjungnya mengalami peningkatan yaitu pada bulan April, November, dan Desember. Meskipun pihak manajemen Villa Imah Hills telah melakukan berbagai upaya peningkatan kualitas layanan bagi konsumennya, masih terdapat beberapa keluhan yang berkaitan dengan layanan di Villa Imah Hills Pangalengan pada saat peneliti melakukan wawancara terhadap 40 konsumen Villa Imah Hills.

Tabel 1.1 menampilkan jenis dan jumlah keluhan konsumen dari hasil wawancara yang dilakukan.

Tabel 1.1
Daftar Keluhan Pengunjung Villa Imah Hills Pangalengan

No	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan	Persentase
1	Kebersihan villa	4	10%
2	Area parkir	1	3%
3	Tarif penginapan	4	10%
4	Kelengkapan fasilitas Villa	2	5%
5	Berfungsinya fasilitas Villa	12	30%
6	Kecepatan pelayanan terhadap keluhan pengunjung	10	25%
7	Kepekaan terhadap kebutuhan pengunjung	7	18%
Total		40	100

Sumber: Hasil Wawancara, Maret 2017

Tabel 1.1 menunjukkan 5 variabel dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Banyak terdapat keluhan pada fasilitas Villa yang sering tidak berfungsi yaitu 12 keluhan. Fasilitas tersebut seperti pompa air yang kadang tidak menyala dan air hangat tidak berfungsi. Begitu pula dengan daya tanggap (*responsiveness*) staf yang mendapat 10 keluhan. Melihat hal ini, perusahaan sebaiknya perlu melakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan yang ada dalam perusahaan, sehingga perusahaan dapat menentukan langkah yang lebih tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Permasalahan ini perlu segera diatasi karena akan memberikan dampak kepada perusahaan dimana kualitas pelayanan yang kurang atau tidak sesuai dengan harapan pelanggan akan memberikan pengaruh yang kurang baik kepada kepuasan dan minat

konsumen untuk kembali menginap di Villa Imah Hills Pangalengan yang akhirnya akan berdampak pada keuntungan perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai dimensi dari kualitas layanan apa saja yang berpengaruh kepada minat berkunjung ulang konsumen menggunakan jasa penginapan Villa Imah Hills Pangalengan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan Villa Imah Hills Pangalengan dapat meningkatkan kualitas layanannya agar dapat memberikan kenyamanan bagi tamu yang menginap sehingga tercipta kepuasan hingga tercipta niat beli ulang konsumen. Oleh karena itu penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Layanan di Villa Imah Hills Pangalengan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Konsumen"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap pelaksanaan kualitas layanan di Villa Imah Hills Pangalengan?
2. Bagaimana minat berkunjung ulang konsumen menggunakan jasa penginapan Villa Imah Hills Pangalengan?
3. Berapa besar pengaruh persepsi konsumen pada kualitas layanan terhadap minat berkunjung ulang konsumen di Villa Imah Hills Pangalengan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelaksanaan kualitas layanan di Villa Imah Hills Pangalengan.
2. Untuk mengetahui minat berkunjung ulang konsumen menggunakan jasa penginapan Villa Imah Hills Pangalengan.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi konsumen pada kualitas layanan terhadap minat berkunjung ulang konsumen di Villa Imah Hills Pangalengan.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengembangan Ilmu

Sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam pengembangan ilmu di bidang pemasaran, khususnya mengenai pembelajaran tentang kualitas layanan dan kaitannya dengan niat beli konsumen.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk Villa Imah Hills dalam meningkatkan pelayanannya agar dapat memberikan kepuasan pada konsumen dan terciptanya minat berkunjung ulang konsumen.

1.4 Kerangka Pemikiran

Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang pariwisata khususnya akomodasi villa di daerah Pangalengan untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan jasa penginapan di Pangalengan berlomba-lomba untuk menarik perhatian masyarakat agar mau berkunjung dan menginap di penginapan mereka hingga pada menciptakan kepuasan konsumennya. Untuk memenuhi hal tersebut tentunya perusahaan perlu memperhatikan kualitas layanan yang mereka miliki.

Tjiptono (2007) mengungkapkan kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Tjiptono (2009:269) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya) :

1. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa.

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan

4. Empati (*Empathy*)

Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman alas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Menurut Blackwell et al (2006), niat beli ulang atau *repurchase intention* adalah indikasi apakah konsumen akan membeli produk yang sama pada pembelian selanjutnya. Evans et al (2009) berpendapat jika pembelian yang dilakukan terhadap barang dan jasa yang sama dirasakan cukup bermanfaat, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Cronin (2000) menyatakan bahwa niat beli ulang pada dasarnya merupakan perilaku konsumen dimana mereka merespon secara positif terhadap kualitas layanan suatu perusahaan dan berniat untuk melakukan kunjungan kembali dan mengkonsumsi produk dari perusahaan tersebut.

Dengan adanya kualitas layanan yang baik di Villa Imah Hills Pangalengan diharapkan hal tersebut akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, secara skematis model kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut

Gambar 1.2 Model Penelitian

