

BAB I**PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang, industri perhotelan menghadapi dinamika yang semakin kompleks dan menantang. Seiring dengan meningkatnya daya saing di pasar internasional, hotel-hotel dituntut untuk beradaptasi dan menghadirkan layanan yang tidak hanya memuaskan, tetapi juga melebihi ekspektasi pelanggan. Yogyakarta Marriott Hotel, sebagai bagian dari jaringan Marriott International yang terkenal secara global, berdiri di tengah kompetisi ini dengan menawarkan pengalaman layanan (*service encounter*) yang berorientasi pada kualitas dan keunggulan. Terletak di jantung kota budaya Yogyakarta, hotel ini berfungsi sebagai simbol kemewahan dan keramahan, yang berupaya untuk memberikan pengalaman menginap yang tak terlupakan bagi setiap tamu yang datang.

Dalam industri perhotelan yang kompetitif, interaksi antara staf dan pelanggan, yang dikenal sebagai *service encounter*, memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Yogyakarta Marriott Hotel, salah satu hotel bintang lima terkemuka di Yogyakarta, menawarkan pengalaman menginap yang mewah dan layanan kelas atas kepada tamu domestik maupun internasional. Kota Yogyakarta, yang dikenal sebagai pusat budaya dan pendidikan di Indonesia, memiliki daya tarik yang kuat bagi wisatawan, sehingga meningkatkan pentingnya interaksi layanan yang berkualitas untuk menjaga reputasi dan daya saing hotel.

Sebagai destinasi wisata utama di Indonesia, Yogyakarta mengalami peningkatan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun. Menurut data dari Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai lebih dari 400.000 orang pada tahun 2023, sementara

wisatawan domestik mencapai lebih dari 4 juta orang. Angka ini menunjukkan pentingnya sektor perhotelan dalam menunjang kebutuhan wisatawan tersebut. Dalam konteks ini, Yogyakarta Marriott Hotel memposisikan diri sebagai salah satu hotel pilihan utama bagi para wisatawan yang menginginkan kenyamanan dan layanan premium.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *service encounter* merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap hotel. Sebuah studi oleh Bitner et al. (1990) mengemukakan bahwa dimensi interpersonal dan prosedural dari *service encounter* berperan penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Di Yogyakarta Marriott Hotel, hal ini dapat diamati melalui interaksi langsung antara staf hotel dengan tamu, mulai dari proses check-in, layanan kamar, hingga pelayanan restoran dan fasilitas lainnya.

Sebagai bagian dari jaringan hotel internasional, Yogyakarta Marriott Hotel diharapkan mampu menerapkan standar layanan yang konsisten dan berkualitas tinggi. Namun, dalam praktiknya, terdapat tantangan yang harus dihadapi, seperti perbedaan budaya, ekspektasi pelanggan yang beragam, dan kebutuhan untuk personalisasi layanan. Hal ini menuntut adanya pendekatan yang adaptif dan responsif dari pihak hotel untuk memastikan bahwa setiap interaksi layanan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan.

Fenomena *service encounter* di Yogyakarta Marriott Hotel menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut mengingat pentingnya interaksi layanan dalam membentuk pengalaman menginap yang memuaskan. Meningkatnya persaingan dalam industri perhotelan di Yogyakarta juga memotivasi hotel ini untuk terus meningkatkan kualitas layanan melalui inovasi dan perbaikan berkelanjutan dalam dimensi-dimensi interaksi layanan yang mereka tawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi-dimensi *service encounter* di Yogyakarta Marriott Hotel. Dengan memahami lebih dalam tentang bagaimana interaksi layanan terjadi dan dikelola, diharapkan dapat memberikan wawasan

baru bagi industri perhotelan di Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini berpusat pada penerapan *Service Encounter* di Yogyakarta Marriott Hotel, yang merupakan salah satu elemen kunci dalam menentukan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Meskipun hotel ini dikenal sebagai salah satu hotel mewah dengan reputasi yang baik, masih terdapat pertanyaan mendasar mengenai sejauh mana dimensi-dimensi *Service Encounter* telah diterapkan secara optimal di dalam operasional hotel sehari-hari. Pertanyaan-pertanyaan yang muncul mencakup: Bagaimana Yogyakarta Marriott Hotel menerapkan dimensi-dimensi seperti interpersonal, prosedural, teknis, teknologi pendukung, personalisasi, penyelesaian masalah, dan kultural dalam pelayanan mereka? Dan sejauh mana penerapan *Service Encounter* ini berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan? Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan mengevaluasi penerapan *Service Encounter* di Yogyakarta Marriott Hotel melalui analisis terhadap pengalaman pelanggan dan strategi operasional yang diterapkan oleh hotel.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi penerapan dimensi-dimensi *Service Encounter* di Yogyakarta Marriott Hotel dan menganalisis pengaruhnya terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana hotel ini mengimplementasikan dimensi-dimensi *Service Encounter* seperti interpersonal, prosedural, teknis, teknologi pendukung, personalisasi, penyelesaian masalah, dan kultural dalam operasional sehari-hari mereka. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi manajemen Yogyakarta Marriott Hotel dalam upaya

mereka untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan posisi kompetitif di industri perhotelan.