

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1. Sejarah Perusahaan

Hotel Nusantara Bandar Lampung di resmikan tanggal 12 Oktober 2002 bersama restoran Begadang V oleh Gubernur Lampung yang pada saat itu dijabat oleh Bapak Oemarsono. Semula Hotel Nusantara memiliki 114 kamar dan 2 buah ruang pertemuan serta 1 graha pertemuan, seiring meningkatnya tamu yang menginap pada tahun 2005 Hotel Nusantara menambah fasilitas berupa Kenanga Restoran, kolam renang, 2 ruang pertemuan serta menambah 17 kamar sehingga memiliki jumlah 131 kamar, 4 ruang pertemuan, 1 graha. Bapak Dasril St. Bagindo selaku pemilik hotel pada saat membangun beliau berfikir untuk memberikan fasilitas penginapan bagi orang yang sedang dalam perjalanan baik bisnis ataupun *pleasure* (persinggahan) merupakan sebuah amal.

Hotel Nusantara terletak di Jl. Soekarno-Hatta No.50 By Pass Sukarame Bandar Lampung, berlokasi di jalur lintas Sumatra 25 menit dari Bandara Raden Intan II, 90 menit dari pelabuhan Bakauheni, 5 menit dari pusat perbelanjaan dan perkantoran. Kamar Hotel ditata artistik dengan fasilitas tv, ac, telepon, air panas yang tentunya menambah kenyamanan tamu yang menginap, disebelah hotel terdapat *Restaurant* Begadang V.

Dewasa ini persaingan di industri perhotelan sangat ketat diakibatkan oleh banyaknya perusahaan sejenis dan semakin banyak alternatif pilihan bagi konsumen. Perusahaan yang bergerak dibidang perhotelan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Hal ini perlu dilakukan agar perusahaan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada konsumennya sehingga konsumen merasa puas dan memiliki kesan yang baik terhadap hotel tersebut.

Dalam lima tahun terakhir, kunjungan/hunian Hotel Nusantara mengalami fluktuasi bahkan cenderung menurun dalam dua tahun terakhir. Hal ini dapat disebabkan oleh pelayanan, fasilitas Hotel Nusantara dan pesaing yang semakin banyak. Seperti yang dikatakan oleh Prof. Dr. Muhammad Ehsan Malik, Basharat Naeem dan Abdul Mohsin Nasir (2011) yang berjudul *Impact of Service Quality on Brand Image: Empirical Evidence from Hotel Industry* mengatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *brand image* hotel, namun hanya *empathy*, *responsiveness*, dan *reliability* yang mampu membangun *brand image* hotel, sedangkan *assurance* dan *tangibles* tidak berkontribusi apapun”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer pemasaran Hotel Nusantara bahwa orang-orang yang menggunakan jasa Hotel Nusantara rata-rata untuk persinggahan saat dalam perjalanan,

tempat pertemuan pelaku bisnis, penginapan bagi para Pegawai Negeri Sipil saat pelatihan dan penginapan bagi para wisatawan domestik atau asing saat berwisata ke Bandar Lampung.

### **1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan**

Visi dari Hotel Nusantara adalah ikut serta dalam mensukseskan Visit Lampung Year dalam bidang pariwisata agar lebih maju dan berkembang, terutama dibidang perhotelan.

Misi dari Hotel Nusantara adalah memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada konsumen baik dari segi pelayanan maupun fasilitas yang diberikan.

### **1.1.3. Sarana dan Prasarana**

Dengan komitmen Hotel Nusantara yaitu : *“Family and Familier”* akan membuat anda merasa seperti di rumah sendiri. Keramahtamahan yang di berikan merupakan hal penting bagi Hotel Nusantara. Fasilitas yang dimiliki Hotel Nusantara : *Guest Room, Double Room, Twin Room, Graha Nusantara, Nusantara Pastry, Meeting Room, Kolam Renang, Kenanga Restoran, Restoran Begadang V, Laundry, Drug Store, Art Shop, Mushola, Children Ground, Parking Area.*

### **1.1.4. Tata Kerja Organisasi**

Untuk lebih menanamkan kesadaran dan tanggung jawab kerja terdapat tugas dan kewajiban yang dibebankan kepada karyawan, *loyalitas* terhadap perusahaan serta untuk menanamkan disiplin maka diberlakukan tata tertib bagi karyawan dan apabila dilanggar akan dikenakan sanksi yang bersifat *administratif* atau pemutusan hubungan kerja.

Hotel mewajibkan kepada karyawan untuk :

1. Hadir 15 menit sebelum jam kerja dimulai
2. Melakukan *posting/time keeping* daftar hadir
3. Bila ingin meninggalkan area kerja sebelum jam kerja berakhir harus seizin atasannya
4. Memakai tanda nama, memakai seragam yang telah ditentukan dengan rapi/sopan serta bagi wanita diwajibkan berjilbab
5. Menerima tamu yang bersifat pribadi hanya diperbolehkan atas seizin atasannya
6. Tidak diperkenankan memakai fasilitas kerja untuk kepentingan pribadi

Jam kerja dibagi menjadi tiga waktu, yaitu :

1. *Morning Shift (shift 1)*, dimulai pukul 07.00 pagi hingga pukul 15.00 sore
2. *Evening shift (shift 2)*, dimulai pukul 15.00 hingga pukul 11.00 malam
3. *Night Shift (shift 3)*, dimulai pukul 11.00 malam hingga pukul 07.00 pagi
4. Bagi karyawan wanita hanya diberlakukan untuk *shift 1 & 2* saja.

## 1.2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri jasa telah mengalami kemajuan pesat dengan persaingan yang kompetitif. Pelayanan yang diberikan antara satu penyedia jasa dengan penyedia jasa lainnya sangatlah beragam sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Salah satu industri jasa yang berkembang dengan cepat saat ini adalah industri jasa perhotelan. Keberadaan hotel berbintang dan hotel melati di kota Bandar Lampung menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat dalam menyediakan jasa pelayanan hotel. Salah satu strategi yang dilakukan oleh pengelola hotel pada umumnya adalah memberikan pelayanan yang berkualitas.

Dari tahun ke tahun, istilah hotel berkembang meskipun sama-sama untuk penginapan, namun beragam jenis dan faktor pendukung hotel tersebut. Berikut adalah macam-macam jenis hotel: Hotel, Motel, *Cottage*, *Inn*, Hostel, *Suite Hotel*, Casino Hotel, *Camp Site*, *Guest House*, *Apartotel/Apartement Hotel/Resident Hotel*, *Condominium Hotel*, *Bed & Breakfast Hotel*, *Summer Hotel*, *Time Share Hotel*, *Health Spa Hotel*, *Floating Hotel*, Marian/Boatel/Naute dan *Tune Hotel*.

Kota Bandar Lampung merupakan sebuah kota, sekaligus ibu kota provinsi Lampung, Indonesia. Secara geografis, kota ini menjadi pintu gerbang utama pulau Sumatera, tepatnya kurang lebih 165 km sebelah barat laut Jakarta, sebelah utara berbatasan dengan Sumatera Selatan dan Bengkulu, terletak paling ujung selatan pulau Sumatera, memiliki andil penting dalam jalur transportasi darat dan aktifitas pendistribusian logistik serta tempat arus wisatawan dan pelaku bisnis yang datang dari pulau Jawa atau yang akan pergi ke pulau Jawa

Sejak tahun 1989 telah dicanangkan Tahun Sadar Wisata oleh Presiden Republik Indonesia. Provinsi Lampung merupakan salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) di Indonesia. Daerah Lampung juga telah ditetapkan sebagai DTW bersama-sama dengan 19 provinsi lainnya yang telah memenuhi kriteria penyandang DTW. Hal ini disebabkan oleh banyaknya tempat wisata yang ada di Provinsi Lampung yang dapat menarik minat para wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Terdapat 308 objek wisata di Provinsi Lampung dan 7 tempat wisata yang sudah diakui internasional, diantaranya: Krakatau, Teluk Kiluan, Way Kambas, Tanjung Setia, Menara Siger, Bukit Barisan Selatan, Lembah Hijau, Pulau Kubur, Pantai Pasir Putih dan lain-lain.

Pelayanan jasa dalam bidang perhotelan sangat tergantung pada kunjungan/hunian di hotel tersebut. Hotel dalam menawarkan jasanya harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya yang memiliki kebutuhan, keinginan dan karakteristik yang berbeda-beda. Konsumen dalam hal ini wisatawan domestik/asing, pelaku bisnis, Pegawai Negeri Sipil dan orang yang sedang dalam perjalanan sangat teliti dalam menyeleksi dan memperhitungkan jenis pelayanan yang diberikan oleh hotel. Sehingga hal ini merupakan sebuah tantangan dalam perkembangan industri jasa perhotelan. Konsumen mengharapkan untuk memperoleh pelayanan

yang maksimal dari penyedia jasa dengan menyediakan *service* yang memuaskan harapan mereka dan akan berpengaruh terhadap citra merek hotel tersebut.

Dewasa ini persaingan industri perhotelan sangatlah ketat. Banyaknya hotel yang memiliki fasilitas yang sama dan mulai bermunculannya hotel-hotel baru yang sejenis. Di Bandar Lampung sendiri, hotel Nusantara yang berbintang tiga mempunyai pesaing yang sejenis, seperti hotel Marcopolo, Sheraton, Grand Anugerah dan Indra Puri (tabel 1.2). Dari segi harga hunian per-malam, tidak ditemukan perbedaan yang signifikan, yaitu berkisar antara Rp.350.000 sampai kelas *executive* yang berharga Rp.800.000. – Rp.1.200.000. Sedangkan kalau dilihat dari segi fasilitas, hotel-hotel yang sekelas dengan hotel Nusantara mempunyai fasilitas yang sama, dikarenakan fasilitas-fasilitas tersebut merupakan syarat untuk menjadi hotel berbintang tiga seperti yang tercantum pada SK Menparpostel RI No. PM/PW 301/PHB-77. Namun ada beberapa hotel yang fasilitasnya lebih lengkap (tabel 1.3). Hal tersebut dilakukan untuk menarik konsumen lebih banyak serta membuat hotel tersebut mempunyai keunggulan tersendiri di bandingkan hotel lainnya yang sejenis.

Dalam lima tahun terakhir, Hotel Nusantara melakukan banyak perubahan berupa penambahan ataupun pengurangan di beberapa hal seperti fasilitas, pegawai dan periklanan (tabel 1.1). Di fasilitas terdapat pengurangan jumlah kamar, penambahan *convention hall* dan penambahan *meeting room*. Hal tersebut dilakukan karena sebagian besar pengguna jasa hotel Nusantara adalah pebisnis atau pun sebagai tempat pelatihan para Pegawai Negeri Sipil. Untuk pegawai, Hotel Nusantara melakukan penambahan dari 191 orang menjadi 125 orang, dikarenakan adanya penambahan fasilitas maka dibutuhkan penambahan pegawai juga. Pegawai Hotel Nusantara berasal dari berbagai tingkatan mulai dari Sekolah Menengah sampai Perguruan Tinggi yang memiliki pengalaman di bidang perhotelan. Khusus untuk pegawai yang berasal dari Sekolah Menengah akan diberikan pelatihan agar bisa melayani konsumen dengan baik dan tidak kalah dengan lulusan Perguruan Tinggi yang memiliki pengalaman di bidang perhotelan. Di bagian periklanan, Hotel Nusantara melakukan pengurangan seperti menghapus website resmi Hotel Nusantara. Hal itu dilakukan karena menurut manajer pemasaran Hotel Nusantara “penggunaan website tersebut tidak efektif, dengan ada atau tidak adanya website Hotel Nusantara tersebut tidak berpengaruh terhadap pengunjung Hotel Nusantara”. Menurut manajer pemasaran Hotel Nusantara “kami lebih memanfaatkan kekuatan *word of mouth* untuk mempromosikan Hotel Nusantara kepada para konsumen, namun kami (Hotel Nusantara) juga melakukan beberapa kegiatan periklanan untuk meningkatkan kunjungan seperti reklame hotel, koran/media masa, biro jasa/travel dan brosur hotel”.

Dari *brand image* yang ditampilkan oleh Hotel Nusantara diketahui bahwa Hotel Nusantara terkenal karena lokasinya yang tepat berada di jalur lintas sumatera, sehingga dijadikan tempat persinggahan sementara dan pertemuan bisnis atau organisasi antar daerah. Walaupun

Hotel Nusantara tidak memiliki pelanggan tetap namun karena lokasinya yang strategis tidak menghambat kegiatan operasional dari Hotel Nusantara itu sendiri. Dalam memberikan informasi tentang produk jasa dari Hotel Nusantara, dilakukanlah program komunikasi pemasaran seperti reklame hotel, koran atau media masa, biro jasa atau travel dan brosur hotel untuk menumbuhkan *brand image* dalam benak khalayak. Untuk Hotel Nusantara terdapat beberapa asosiasi yang dapat diharapkan khalayak sasaran dan disampaikan secara sukses dalam produk jasa melalui program komunikasi pemasaran seperti diatas. Misalnya seperti lokasi yang strategis (dekat dengan jalan lintas sumatera), program komunikasi pemasaran yang efektif serta tersedianya fasilitas kegiatan bisnis dan organisasi. Inti dari keunikan asosiasi-asosiasi Hotel Nusantara yang dibawakan oleh program komunikasi pemasaran memiliki unsur kesamaan atau keseimbangan jika dibandingkan dengan produk jasa yang sejenis, namun terdapat perbedaan yang mencolok yaitu dari kekuatan jaringan yang dimiliki manajemen pemasaran Hotel Nusantara.

Berikut observasi peneliti tentang fasilitas Hotel Nusantara dari mulai datang, *check-in* sampai *check out* yang berperan sebagai konsumen. Saat datang dan akan memarkirkan kendaraan, sudah ada pegawai yang membimbing peneliti ke tempat parkir. Tempat parkir terasa kurang nyaman, dikarenakan tempat parkir yang berdebu, panas, tidak tertata rapih dan seperti kurang aman karena ditempatkan ruangan terbuka dan tidak terdapat CCTV. Setelah memarkirkan kendaraan dan akan memasuki hotel, peneliti langsung di sambut oleh pegawai hotel dengan ramah serta dibukakan pintu. Tema ruangan di *lobby* sangat kental dengan nuansa Lampung, seperti terdapat hiasan-hiasan tapis berseri di dinding-dinding *lobby*, alunan music Lampung, beraroma segar dan bersih. Semua pegawainya rapih menggunakan seragam yang serempak, seragam tapis berseri. Tutur bicara pegawainya sopan santun. Setelah *check-in* barang-barang peneliti dibawakan oleh pegawai hotel dan peneliti dituntun untuk menuju kamar yang telah peneliti sewa. Kamarnya rapih, bersih, wangi dan ditambah nuansa Lampungnya yang membuat peneliti nyaman di kamar tersebut. Kamar mandi nya juga terlihat bersih dan wangi serta peralatan mandi yang sudah disiapkan terlihat baru. Keadaan Restoran Begadang V sama halnya seperti restoran padang lainnya, menyajikan sajian makanan khas minang kabau yang enak. Tempatnya yang bersih, pelayanannya yang cepat membuat peneliti terpuaskan. Jadwal *breakfast* di hotel Nusantara adalah jam 6:00 – 10:00. Menu sarapannya tentu saja sangat bervariasi dan enak karena hotel ini adalah hotel berbintang. Jam 8:30 keesokan paginya peneliti turun ke restoran untuk sarapan. Peneliti *check-out* dari hotel sekitar jam 11:30. *Overall*, pengalaman menginap di hotel Nusantara cukup memuaskan.

**Tabel 1.1**  
**Lingkungan Fisik Hotel Nusantara Bandar Lampung Tahun 2013**

<b>Fasilitas</b>	<b>Kapasitas</b>	<b>Kondisi</b>
Kamar Hotel	131 kamar	Baik
<i>Convention Hall</i>	1 ruangan	Baik
<i>Meeting Room</i>	2 ruangan	Baik
<i>Coffee Shop</i>	100 kursi	Baik
<i>Swimming Pool</i>	1 kolam renang	Baik
<i>Bar</i>	1 ruangan	Kurang Baik
<i>Laundry</i>	1 ruangan	Kurang Baik
Restoran	1 ruangan	Baik
Parkir	100 mobil dan 200 motor	Kurang Baik

Sumber : Hotel Nusantara Bandar Lampung, 2014

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan konsumen Hotel Nusantara, konsumen mengeluh mengenai respon pegawai hotel yang lambat terhadap keluhan, keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga membuat para konsumen merasa tidak nyaman untuk menunggu. Ketidaknyamanan selain dikarenakan respon pegawai hotel yang lambat, tempat parkir kendaraan yang berdebu, panas serta terbuka juga menjadi faktor lain. Adapun konsumen yang mengeluh tentang masalah pembayaran menggunakan kartu kredit yang belum tersedia secara lengkap. Selain itu terdapat juga keluhan konsumen mengenai parkir kendaraan, konsumen berpendapat bahwa dikarenakan wilayah parkir yang berada di luar wilayah hotel seharusnya pihak hotel meningkatkan sistem keamanannya, sehingga konsumen merasa nyaman dan tidak khawatir saat menghuni Hotel Nusantara. Ditemukan juga permasalahan konsumen yang tidak dapat diselesaikan oleh pegawai hotel, namun Manager Hotel Nusantara langsung mengambil keputusan, yaitu dengan cara menyampaikan permohonan maaf atas permasalahan yang telah terjadi di hotel tersebut. Hal ini dilakukan agar menunjukkan kepedulian dan itikad baik pihak hotel serta untuk menarik simpati tamu agar merasa dihargai, sehingga suatu saat tamu tersebut akan kembali menginap di hotel ini. Semua hal ini diatas mengakibatkan terjadinya fluktuasi jumlah hunian di Hotel Nusantara tahun 2009 s/d tahun 2013. Berikut ini tabel 1.2 yang memperlihatkan jumlah konsumen yang menghuni di Hotel Nusantara pada tahun 2009 s/d tahun 2013.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Pengguna Layanan Hunian Hotel Nusantara Bandar Lampung Tahun 2009 s/d**  
**Tahun 2013**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Hunian (orang)</b>	<b>Perubahan (%)</b>
2009	10.764	-
2010	11.885	10,41
2011	12.727	7,08
2012	12.082	-5,07
2013	12.685	4,99
Rata-rata	12.209	4,35

Sumber : Hotel Nusantara Bandar Lampung, 2014

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa dalam dua tahun terakhir jumlah kunjungan/hunian mengalami penurunan. Penurunan jumlah kunjungan/hunian yang terjadi dikarenakan konsumen yang tidak puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan Hotel Nusantara. Sedangkan kalau dari eksternal terjadi dikarenakan pesaing yang semakin banyak dan fasilitas pesaing yang lebih baik. Menurut Gummesson dan Gronroos (Prof. Dr. Muhammad Ehsan Malik *et al.*, *Impact of Service Quality on Brand Image: Empirical Evidence from Hotel Industry*, 2011) bahwa “*brand image* merupakan hasil evaluasi dari *service quality*”.

Hotel Nusantara Bandar Lampung dalam menawarkan jasa penginapan bersaing dengan kelas bintang tiga lainnya. Pesaing terdekat dan terkuat adalah hotel bintang yang telah memiliki pangsa pasar yang baik. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.3.

**Tabel 1.3**  
**Pangsa Pasar Hotel Bintang III di Provinsi Lampung tahun 2013**

<b>Nomor</b>	<b>Hotel</b>	<b>Pangsa Pasar (%)</b>	<b>Fasilitas</b>	<b>Perbedaan</b>
1	Marcopolo	20.19	<i>Swimming Pool, Mushola, Free wifi, Taksi dan ATM BCA, Billiard, Laundry, Marco Bakery and Cake, D'View Place, Meeting Room, Gedung Praha Parahita C invention Hall, Parking Area</i>	<i>Free wifi, Taksi dan ATM BCA, Billiard, D'View Place, Bakery and Cake,</i>
2	Sheraton	19.11	Brankas, <i>Laundry, Klub Kesehatan, Layanan Pernikahan, Ruang perawatan spa/pijat, Salon</i>	Brankas, Klub kesehatan, Layanan Pernikahan, Ruang perawatan <i>spa/pijat, Salon Rambut,</i>

			Rambut, Penitipan Bayi/anak, Penukaran Uang, Sewa HP, Transportasi Bandara, Area Khusus Merokok, Kolam Renang, Pusat Perbelanjaan, Taman, Bar/Lounge, Biliar, Café, <i>Free wifi</i> , <i>Concierge</i> , Mushola	Penitipan Bayi/anak, Penukaran Uang, Sewa HP, Area Khusus Merokok, Pusat Perbelanjaan, <i>Free wifi</i> , <i>Concierge</i>
3	Grand Anugerah	12.39	<i>Meeting Room</i> , <i>Concierge</i> , Akses Internet/ <i>Free wifi</i> , <i>Restaurant</i> , <i>Lobby Lounge</i> , Pijat, <i>Laundry</i> , <i>Parking Area</i> , <i>Café</i> , <i>Spa</i> , Mushola	<i>Concierge</i> , Akses Internet/ <i>Free wifi</i> , Pijat, <i>Spa</i> ,
4	Indra Puri	9.87	Restoran, Akses Penyandang Cacat, <i>Bar/pub</i> , Ruang bebas rokok, <i>Mini Bar</i> , Kolam Renang, Lapangan Tenis, <i>Dry Cleaning</i> , Ruangan Konferensi, <i>Banquet</i> , Kotak Penyimpanan Aman, Ruang Rapat, Jasa Binatu, <i>Free Wifi</i> , Mushola	Akses Penyandang Cacat, Ruang bebas rokok, <i>Mini Bar</i> , Kotak Penyimpanan Aman, <i>Free Wifi</i> , Ruangan Konferensi, <i>Dry Cleaning</i> , <i>Banquet</i> ,
5	Nusantara	9.43	<i>Guest Room</i> , <i>Double Room</i> , <i>Twin Room</i> , Graha Nusantara, Transportasi Bandara, Nusantara <i>Pastry</i> , <i>Meeting Room</i> , Kolam Renang, Kenanga Restoran, Restoran Begadang V, <i>Laundry</i> , <i>Drug Store</i> , <i>Art Shop</i> , Mushola, <i>Children Ground</i> , <i>Parking Area</i> , Transportasi Bandara	
6	Lain-lain (Bintang III/II/I)	29.00		
Total		100		

Sumber: Dinas Promosi, Investasi, Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Lampung, 2014.

Dari tabel 1.3 terlihat bahwa persentase pangsa pasar Hotel Nusantara adalah sebesar 9,43% dimana posisi tersebut berada pada urutan ke lima setelah Hotel Indra Puri. Oleh sebab itu, pemasaran merupakan unsur penting yang harus dilaksanakan perusahaan supaya produknya dikenal, diterima dan dibeli oleh konsumen. Selain itu, kegiatan pemasaran dalam perusahaan perlu berlangsung secara terus menerus, efektif dan efisien. Berdasarkan uraian keseluruhan diatas, peneliti tertarik untuk membahas: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP BRAND IMAGE HOTEL NUSANTARA DI BANDAR LAMPUNG”**



### **1.3. Perumusan Masalah**

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Hotel Nusantara di Bandar Lampung?
2. Bagaimana citra merek Hotel Nusantara Bandar Lampung di mata konsumen ?
3. Seberapa besar kualitas pelayanan mempengaruhi citra merek Hotel Nusantara di Bandar Lampung dimata konsumen?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Nusantara di Bandar Lampung.
2. Mengetahui citra merek Hotel Nusantara di Bandar Lampung menurut konsumen.
3. Mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek Hotel Nusantara di Bandar Lampung menurut konsumen.

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

1. Teoritis/Akademis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran kepada pihak manajemen Hotel Nusantara dalam mengambil keputusan mengenai pelayanan terhadap konsumen

2. Praktis

Untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu tentang Marketing yang selama ini didapat di perkuliahan serta membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan serta diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak lain yang ingin menggunakannya sebagai bahan pertimbangan atau referensi dalam kegiatan penelitian atau karya ilmiah yang lain.

### **1.6. Sistematika Penelitian**

Dalam penelitian ini, sistematika penelitiannya dibagi menjadi lima bab, yang akan diuraikan sebagai berikut:

## **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi mengenai tinjauan terhadap objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian tugas akhir.

## **BAB II Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi tentang literatur- literature yang serupa dengan topic yang dibahas, pengertian dan segala teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

## **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang metode penelitian apa yang digunakan oleh peneliti, operasionalisasi variable, sumber data serta analisis data.

## **BAB IV Hasil dan Pembahasan**

Bab ini berisi mengenai hasil dari pengolahan data. Dimana hasil tersebut akan dianalisis oleh peneliti agar ditemukan kesimpulan dari penelitian ini

## **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi tentang kesimpulan keseluruhan bab yang ada dalam penelitian. Adapun saran yang diberikan diharapkan dapat memberikan kontribusi baik untuk pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya, khususnya dalam bidang pelayanan perhotelan agar dapat memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada konsumennya..