

Perbaikan Kualitas Pelayanan Hotel Kartika Chandra dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA)

Kelik Fajar Kusuma¹, Masrul Indrayana², Jono³

Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Teknik Industri, Universitas Widya Mataram

Dalem Mangkubumen KT.III/237 Yogyakarta

Email: fksuma0809@gmail.com, masrul_indrayana@widyamataram.ac.id, Kartajono92@gmail.com

ABSTRAK

Hotel Kartika Chandra merupakan hotel berbintang empat di Jakarta Selatan dengan tingkat penilaian kepuasan pelanggan berada pada posisi 4,3 dari 5. Untuk meningkatkan daya saing, penilaian dan evaluasi kepuasan pelanggan harus menjadi agenda rutin Hotel Kartika Chandra. Perbaikan kualitas pelayanan Hotel Kartika Chandra dapat dikaji menggunakan metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA). Servqual akan menemukan kesenjangan tingkat kualitas layanan yang diberikan dengan yang diterima pelanggan. Metodologi IPA akan menunjukkan skala prioritas perbaikan layanan yang perlu dilakukan oleh pihak penyedia layanan. Berdasarkan metode Servqual dan IPA, atribut layanan utama yang harus diperbaiki oleh manajemen Hotel Kartika Chandra adalah penataan desain interior kamar dan fasilitas kamar, kebersihan kamar dan fasilitas kamar, ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan, kemampuan karyawan hotel untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan, dan jaminan keamanan kendaraan di tempat parkir.

Kata Kunci: Kepuasan pelanggan, *service quality*, *importance performance analysis*.

ABSTRACT

Hotel Kartika Chandra is a four-star hotel in south Jakarta with customer satisfaction assessment levels of 4.3 out of 5. To increase competitiveness, customer appraisal and evaluations of satisfaction should become a regular agenda for Hotel Kartika Chandra. Improvements to the quality of Hotel Kartika Chandra service can be studied by service quality (servqual) and importance performance analysis (IPA). Servqual will find a level gap of quality services rendered with customers received. IPA methodology would demonstrate the scale of service improvement priorities needed by service providers. Based on the methods of servqual and IPA, the main service attributes that must be managed by Hotel Kartika Chandra are room interior design and room facilities, room hygiene and room facilities, adequate parking spaces for customers, hotel staff's ability to have good relations with customers, and car security in parking lots.

Keywords: *Customer satisfaction, service quality, importance analysis.*

I. PENDAHULUAN

Meningkatnya persaingan bidang usaha, terus terjadi seiring dengan datangnya era globalisasi. Salah satu jalan yang bisa ditempuh untuk memenangkan persaingan usaha tersebut adalah dengan cara meningkatkan produktivitas kerja dengan tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Persaingan di dunia industri yang semakin maju ini, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumennya dengan demikian hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing menguasai pasar.

Kepuasan konsumen (pelanggan) sangat diperlukan untuk membandingkan antara pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan dengan pelayanan yang dirasakan konsumen (pelanggan) itu sendiri. Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapannya (Kotler, 2000). Untuk itu perusahaan perlu mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah memenuhi yang diharapkan oleh konsumen (pelanggan). Luaran dari perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah pelayanan yang baik (Anindya, 2021). Agar tercipta kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat mengurangi bahkan menghilangkan kesenjangan antara kualitas produk atau jasa. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan.

Banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, salah satu contoh adalah Penginapan (Hotel). Dalam hal ini pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka. Manajemen ingin mengetahui bagaimana kinerja karyawan hotel yang

dirasakan pelanggan. Dengan menerima masukan dari pelanggan, maka manajemen Hotel dapat melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Dengan melakukan perubahan itu diharapkan kepuasan pelanggan akan terus meningkat, sehingga pelanggan menjadi setia untuk menginap atau menggunakan jasa di Hotel tersebut.

Kartika Chandra adalah salah satu hotel di Jakarta Selatan. Tingkat kepuasan pelanggan hotel saat penelitian ini dilakukan berada pada posisi 4,3 dari 5 (google.com). Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, manajemen Hotel Kartika Chandra harus terus berupaya memperbaiki kualitas pelayanan agar pelanggan tetap memilih Hotel Kartika Chandra untuk singgah. Ketatnya persaingan dalam industri perhotelan menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif untuk menentukan hotel. Dengan demikian, harus ada upaya dan tindakan untuk memperkuat atribut pelayanan pada Hotel Kartika Chandra untuk kepuasan pelanggan. Metode yang dapat digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen, adalah Metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

II. METODE PENELITIAN

1. Data yang Diperlukan

Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen. Data kuesioner yang diperoleh berupa data penilaian konsumen terhadap kualitas kinerja pelayanan dan data harapan konsumen.

2. Alat Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data perlu adanya suatu alat untuk mengumpulkan data. Alat pengumpulan data atau instrumen penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner penelitian. Dalam penyusunan kuesioner tersebut perlu adanya penentuan dimensi untuk mengukur kualitas suatu proses pelayanan jasa pada suatu perusahaan. Terdapat lima dimensi dalam perusahaan jasa, yaitu: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance* (Parasuraman, 1985).

Selanjutnya dari kelima dimensi diatas, masing-masing dibuatkan atributnya, dimana fungsi dari atribut adalah untuk memudahkan konsumen dalam melakukan penilaian.

3. Penyusunan Kuesioner

1. Kuesioner Penilaian Kinerja Pelayanan

Dari kuesioner ini konsumen diberikan beberapa pernyataan mengenai kinerja karyawan yang berbentuk pilihan berganda. Konsumen menilai pernyataan tersebut sesuai dengan apa yang dirasakan konsumen dengan pilihan jawaban: Sangat Puas, Puas, Cukup Puas, Kurang Puas, Tidak Puas. Lalu setiap pilihan jawaban diberikan bobot nilai seperti berikut:

1. Sangat puas = 5, 2. Puas = 4, 3. Cukup Puas = 3, 4. Kurang Puas = 2, 5. Tidak Puas = 1

2. Kuesioner Penilaian Harapan Konsumen

Kuesioner ini adalah untuk membandingkan kualitas pelayanan dengan tingkat harapan konsumen. Bentuk pernyataan yang diajukan kepada konsumen pada bagian ini hampir sama dengan bagian sebelumnya, namun pilihan jawabannya diubah menjadi: Sangat Penting, Penting, Cukup Penting, Kurang Penting, Tidak Penting. Lalu setiap pilihan jawaban diberikan bobot nilai seperti dibawah ini:

1. Sangat Penting = 5, 2. Penting = 4, 3. Cukup Penting = 3, Kurang Penting = 2, 5. Tidak Penting = 1

4. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner penelitian kepada responden. Jumlah kuesioner yang disebarkan kepada responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 buah kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian disebarkan kepada responden untuk menilai tingkat kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan dan harapan konsumen. Responden pada penelitian ini merupakan konsumen yang telah menggunakan jasa pelayanan penginapan di Hotel Kartika Chandra.

5. Pengolahan Data

Uji Kecukupan Data

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan *standard error* 10 %, maka perhitungan uji kecukupan data dengan persamaan 2.4 adalah sebagai berikut (Algifari, 2016):

$$n = p(1 - p) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2 \quad (1)$$

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat kepercayaan (90% = 1.645)

P = Perkiraan proporsi populasi

E = Error (10% = 0.1)

Jika nilai p tidak diketahui, maka nilai p (1 - p) dapat digantikan dengan nilai maksimumnya yaitu 0,25. Dengan demikian rumus diatas dapat disederhanakan menjadi :

$$n = 0,25 \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2 \quad (2)$$

Uji Validasi Data

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai pada setiap butir pertanyaan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk satu variabel. Hasil pengujian valid apabila rhitung lebih besar daripada rtabel dihitung menggunakan persamaan berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N(\sum X^2) - (\sum X)^2][N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \quad (3)$$

Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas dari masing-masing pertanyaan pada kuesioner. Pengukuran reliabilitas menggunakan perhitungan koefisien *Cronbach, s Alpha* > 0,6. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$r_z = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_z^2} \right] \quad (4)$$

Pengolahan Data *Service Quality*

Berikut adalah hal yang perlu dilakukan dalam menghitung menggunakan metode *servqual* :

1. Menghitung *Mean* Kinerja dan Harapan
 Menghitung rata-rata (*mean*) untuk tiap-tiap atribut pelayanan jasa Hotel Kartika Chandra. Langkah ini dilakukan dengan menghitung rata-rata *score* dari tiap atribut dari persepsi dan harapan responden konsumen.
2. Perhitungan Kualitas Pelayanan
 Perhitungan kualitas pelayanan jasa dengan rumus (Bester field, 1998):

$$\text{Kualitas Layanan Jasa (Q)} = \frac{\text{Nilai Persepsi Setiap Dimensi}}{\text{Nilai Harapan Setiap Dimensi}} \quad (5)$$
3. Perhitungan Nilai *Servqual* (*Gap*)
 Menghitung nilai *Servqual* dengan mengurangkan nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan responden konsumen Hotel Kartika Chandra.

Pengolahan *Importance Performance Analysis* (IPA).

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat harapan dan tingkat kinerja dalam grafik dua dimensi (Akbar, 2018). Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan dan Y merupakan skor penilaian harapan konsumen. X (kinerja) lebih besar atau sama besar dari Y (harapan) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas. Maka dapat dihitung berdasarkan persamaan : $Tk = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$

(6)

Prioritas Perbaikan Sistem

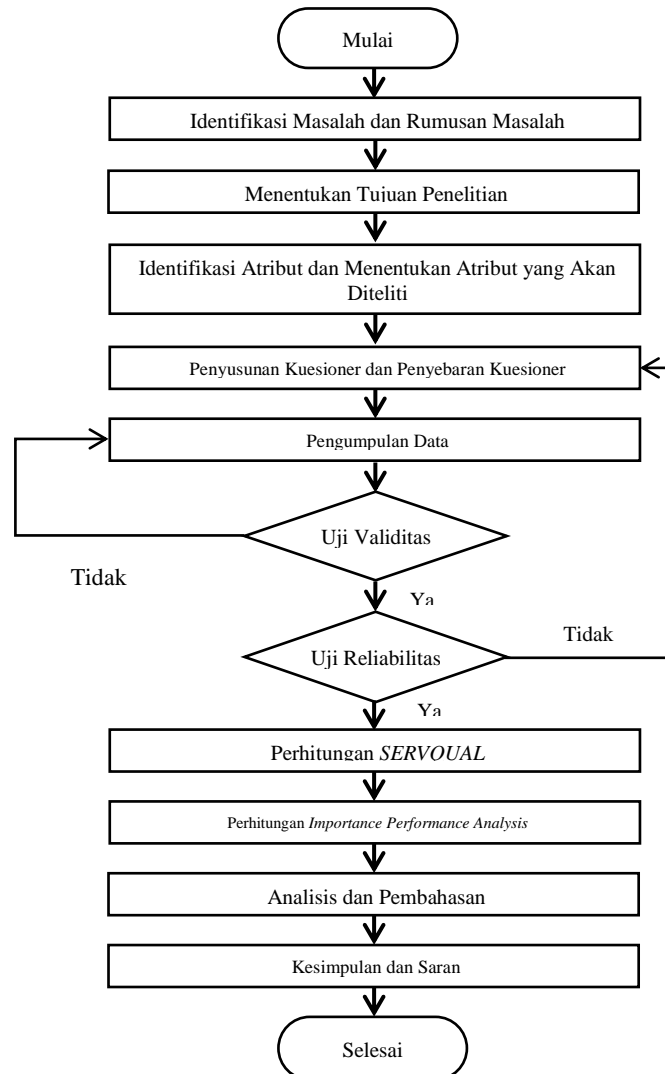
Untuk memperoleh prioritas perbaikan sistem dapat dilakukan dengan menggunakan diagram kartesius. Tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan ditempatkan pada digaram kartesius menggunakan *Software SPSS 21*. Atribut pelayanan yang berada pada kuadran I merupakan atribut yang perlu dilakukan prioritas perbaikan sesegera mungkin.

6. Analisis Data

Setelah menentukan jumlah sampel, uji validitas dan reliabilitas dan telah mendapatkan bobot untuk tiap variabel kualitas, maka dilakukan analisis terhadap data *Servqual* tersebut. Analisa dilakukan terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada Hotel Kartika Chandra. Hal yang dilakukan adalah dengan cara menganalisa tingkatan *Gap* yang didapatkan dari tiap variabel atau atribut, sehingga didapatkan hasil dari penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan yang dirasakan oleh konsumen apakah sudah merasa puas atau tidak.

Setelah mengetahui tingkat kepuasan terhadap kinerja perusahaan maka dengan menggunakan diagram kartesius *Importance permormance analysis* dapat diketahui gambaran mengenai prioritas perbaikan dimana melihat tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dan kinerja perusahaan.

7. Diagram Alir Penelitian



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan Data Kuesioner

Dalam melakukan pengukuran kualitas suatu produk yang berupa layanan jasa, penyebaran kuesioner dilakukan untuk dua macam tujuan, yaitu: tujuan pertama dibuatnya kuesioner adalah mengetahui persepsi pelanggan terhadap proses layanan yang selama ini telah diberikan oleh perusahaan. Tujuan kedua adalah membandingkan kualitas pelayanan yang ada sekarang ini dengan tingkat harapan pelanggan.

Dari penyebaran 100 kuesioner terhadap pelanggan hotel Kartika Chandra, didapatkan kuesioner yang kembali sejumlah 90 buah kuesioner. Terdapat 10 buah kuesioner yang tidak dapat diolah karena pengisian kuesioner pada atribut tidak lengkap.

Deskripsi Responden

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada hotel Kartika Chandra didapatkan hasil yang *valid* sebanyak 80 responden, dengan karakteristik responden sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari 80 konsumen, sebagian besar konsumen berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 48 orang (60%) dan sebanyak 32 orang (40%) berjenis kelamin perempuan. Hasil tersebut dikarenakan hampir sebagian besar seorang laki-laki yang sedang melaksanakan rapat (bisnis) atau untuk menginap di hotel Kartika Chandra.

2. Usia

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah konsumen menginap di hotel Kartika Chandra yang berusia <20 tahun sebanyak 8 orang (10%), diikuti oleh kisaran umur 21-30 tahun sebanyak 24 orang (30%), lalu sebanyak 32 orang (40%) dengan kisaran umur 31-40 tahun, dan sebanyak 16 orang (20%) kisaran umur > 40 tahun.

3. Pekerjaan

Sebagian besar konsumen yang menginap di Hotel Kartika Chandra adalah konsumen yang memiliki status sudah bekerja. Jenis pekerjaan konsumen yang paling dominan adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) yaitu berjumlah 26 orang, diikuti dengan pegawai swasta sebanyak 30 orang. Sedangkan hasil terendah yaitu dari Wiraswasta dan Mahasiswa, masing-masing sejumlah 14 orang dan 10 orang.

4. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil pengumpulan kuesioner dapat diketahui bahwa responden mempunyai pendidikan terakhir, yaitu dibagi menjadi lima kategori, Sekolah Dasar (SD) sejumlah 4 orang (5%), SLTP sejumlah 8 orang (10%), SLTA 17 orang (21,25%), kemudian dari Diploma sejumlah 15 orang (18,75%) dan Sarjana S1, S2, dan S3 sejumlah 36 orang (45%).

3.2 Pengolahan Data Kuesioner

Uji Kecukupan Data

Perhitungan uji kecukupan data dapat dihitung dengan rumus berdasarkan persamaan 2.3 sebagai berikut (Algifari, 2016):

$$n = p(1 - p) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat kepercayaan (90% = 1.645)

P = Perkiraan proporsi populasi

E = Error (10% = 0.1)

Jika nilai p tidak diketahui, maka nilai p (1 - p) dapat digantikan dengan nilai maksimumnya yaitu 0,25. Dengan demikian rumus di atas dapat disederhanakan menjadi :

$$n = 0,25 \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan error (kesalahan) 10% maka banyaknya sampel yang dibutuhkan sebagai berikut :

$$n = 0,25 \left(\frac{1,645}{0,1} \right)^2$$

$$n = 67,65 \approx 68 \text{ Responden}$$

Data responden terkumpul 80 lembar, jadi $80 > 68$, maka responden yang terkumpul sudah mencukupi.

Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan dari masing-masing pertanyaan pada kuesioner yang telah disebar. Dalam mengukur validitas digunakan alat berupa *software SPSS 21*. Hasil pengolahan menggunakan *software SPSS 21* dapat dilihat pada lampiran 5. Berdasarkan lampiran 5 dapat diketahui r hitung dan r tabel pada pengolahan berikut ini:

1. R hitung dapat ditentukan dari hasil *output* pengolahan *SPSS 21* pada kolom *Corrected Item - Total Correlation*.
2. r tabel dapat dicari dengan menentukan nilai $df = 80 - 2 = 78$. Setelah itu nilai r tabel 78 dicari berdasarkan tabel *product Moment* (lampiran 9) signifikan 0,05 yang memperoleh r tabel sebesar 0,220.

Berikut merupakan hasil uji validasi setiap butir pernyataan tingkat persepsi dan harapan pelanggan pada kuesioner dengan pengolahan menggunakan *Software SPSS 21* dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1. Uji Validasi Tingkat Persepsi Pelanggan

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	PERSEPSI		
		r hitung	r tabel	Status
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)				
1	Penampilan karyawan berseragam rapi, bersih, dan menarik	0,278	0,220	Valid
2	Penataan dan Kebersihan lobby hotel Kartika Chandra	0,268	0,220	Valid
3	Desain interior kamar tamu dan penataan fasilitas kamar	0,282	0,220	Valid
4	Kebersihan kamar tamu dan fasilitas kamar tamu Hotel Kartika Chandra	0,495	0,220	Valid
5	Keterersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan	0,438	0,220	Valid
Keandalan (<i>Reliability</i>)				
6	Karyawan hotel memberikan pelayanan secara maksimal	0,465	0,220	Valid
7	Prosedur pemesanan dan transaksi di tangani dengan cepat, dan tepat.	0,557	0,220	Valid
8	Kemauan dan kejujuran karyawan hotel dalam melayani pelanggan.	0,468	0,220	Valid
9	Kesiapan karyawan melayani pelanggan	0,444	0,220	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
10	Karyawan memberikan informasi pemesanan dengan tepat kepadapelanggan	0,317	0,220	Valid
11	Karyawan hotel menangani keluhan pelanggan dengan tanggap	0,526	0,220	Valid
12	Karyawan hotel merespon permintaan pelanggan secara tepat dan cepat	0,498	0,220	Valid
13	Karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan pelanggan	0,469	0,220	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)				
14	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan	0,280	0,220	Valid
15	Karyawan dan staf memberikan informasi yang mudah dipahami oleh tamu	0,288	0,220	Valid
16	Karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan	0,508	0,220	Valid
17	Kesediaan keryawan dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan	0,292	0,220	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
18	Jaminan rasa aman pelanggan terhadap keamanan kendaraan di tempat parkir	0,556	0,220	Valid
19	Jaminan atas cita rasa makanan yang didapatkan	0,358	0,220	Valid
20	Perilaku karyawan menanamkan rasa kepercayaan kepada pelanggan	0,543	0,220	Valid
21	Karyawan hotel mampu memberikan jaminan rahasia pribadi pelanggan	0,413	0,220	Valid
22	Karyawan hotel bertanggung jawab atas kenyamanan dan keamanan pelanggan	0,471	0,220	Valid

Dengan demikian, dari tabel diatas tidak terdapat nilai koefisien korelasi yang bernilai lebih kecil dari r-tabel, jadi dapat dikatakan seluruh variabel pernyataan kuesioner persepsi pelanggan tersebut adalah valid.

Berikut merupakan hasil uji validasi menggunakan *Software SPSS 21* pernyataan tingkat harapan pelanggan dapat dilihat pada tabel 2 :

Tabel 2 Uji Validasi Tingkat Harapan Pelanggan

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	HARAPAN		
		r hitung	r tabel	Status
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)				
1	Penampilan karyawan berseragam rapi, bersih, dan menarik	0,506	0,220	Valid
2	Penataan dan Kebersihan lobby hotel Kartika Chandra	0,536	0,220	Valid
3	Desain interior kamar tamu dan penataan fasilitas kamar	0,503	0,220	Valid
4	Kebersihan kamar tamu dan fasilitas kamar tamu Hotel Kartika Chandra	0,684	0,220	Valid

Tabel 2 Uji Validasi Tingkat Harapan Pelanggan

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	HARAPAN		
		r hitung	r tabel	Status
Keandalan (<i>Reliability</i>)				
6	Karyawan hotel memberikan pelayanan secara maksimal	0,687	0,220	Valid
7	Prosedur pemesanan dan transaksi di tangani dengan cepat, dan tepat.	0,651	0,220	Valid
8	Kemauan dan kejujuran karyawan hotel dalam melayani pelanggan.	0,654	0,220	Valid
9	Kesiapan karyawan melayani pelanggan	0,662	0,220	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
10	Karyawan memberikan informasi pemesanan dengan tepat kepadapelanggan	0,644	0,220	Valid
11	Karyawan hotel menangani keluhan pelanggan dengan tanggap	0,589	0,220	Valid
12	Karyawan hotel merespon permintaan pelanggan secara tepat dan cepat	0,507	0,220	Valid
13	Karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan pelanggan	0,567	0,220	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)				
14	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan	0,385	0,220	Valid
15	Karyawan dan staf memberikan informasi yang mudah dipahami oleh tamu	0,517	0,220	Valid
16	Karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan	0,619	0,220	Valid
17	Kesedian keryawan dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan	0,539	0,220	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
18	Jaminan rasa aman pelanggan terhadap keamanan kendaraan di tempat parkir	0,520	0,220	Valid
19	Jaminan atas cita rasa makanan yang didapatkan	0,552	0,220	Valid
20	Perilaku karyawan menanamkan rasa kepercayaan kepada pelanggan	0,703	0,220	Valid
21	Karyawan hotel mampu memberikan jaminan rahasia pribadi pelanggan	0,581	0,220	Valid
22	Karyawan hotel bertanggung jawab atas kenyamanan dan keamanan pelanggan	0,493	0,220	Valid

Uji Reliabilitas Data

Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Pengukuran reliabilitas menggunakan perhitungan koefisien *Cronbach's Alpha*. Tingkat reliabilitas dengan koefisien *Cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala 0 sampai 1 yang menunjukkan reliabilitas dalam variabel itu dikatakan handal apabila memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 Perhitungan menggunakan *SoftwareSPSS* versi 21 dapat dilihat pada tabel 3 dan 4 berikut:

Tabel 3. Uji Reliabilitas Tingkat Persepsi Pelanggan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	88.55	35.010	.177	.780
P2	88.59	35.106	.168	.780
P3	88.94	34.996	.181	.779
P4	88.76	33.247	.407	.766
P5	88.79	33.840	.349	.770
P6	88.59	33.511	.375	.768
P7	88.63	32.263	.463	.762
P8	88.56	33.464	.377	.768
P9	88.68	33.285	.337	.770
P10	88.63	34.820	.224	.777
P11	88.76	32.639	.430	.764
P12	88.61	33.481	.418	.766
P13	88.76	33.373	.375	.768
P14	88.76	35.044	.183	.779
P15	88.75	34.975	.189	.779
P16	88.70	32.668	.406	.766
P17	88.66	34.809	.184	.780
P18	88.70	33.023	.481	.762
P19	88.50	34.861	.283	.773
P20	88.65	32.610	.453	.763
P21	88.64	34.057	.324	.771
P22	88.96	33.631	.387	.767

Dari tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan data kuesioner persepsi pelanggan menggunakan software *SPSS* menghasilkan *Cronbach's Alpha* dari setiap atribut pernyataan lebih besar dari 0,6 maka kusioner persepsi pelanggan tersebut reliabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Tingkat Harapan Pelanggan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	95.75	41.633	.447	.903
P2	95.75	41.430	.479	.902
P3	95.66	41.745	.446	.902
P4	95.68	40.146	.638	.898
P5	95.70	40.339	.573	.900
P6	95.75	40.215	.642	.898
P7	95.73	40.683	.605	.899
P8	95.76	40.259	.603	.899
P9	95.80	40.567	.616	.899
P10	95.81	40.686	.597	.899
P11	95.79	41.056	.537	.900
P12	95.73	41.366	.442	.903
P13	95.76	40.614	.502	.901
P14	95.63	42.566	.322	.905
P15	95.81	41.395	.456	.902
P16	95.75	40.696	.567	.900
P17	95.85	40.484	.464	.903
P18	95.68	41.615	.464	.902
P19	95.73	41.341	.497	.901
P20	95.73	40.126	.661	.898
P21	95.65	41.091	.528	.901
P22	95.83	41.437	.427	.903

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel 3 dan 4 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan reliabel / handal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Artinya kuesioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

3.3 Pengolahan Data *Service Quality* (SERVQUAL)

Proses pengukuran kualitas pelayanan dimulai dengan merekapitulasi data-data yang dihasilkan dari kuesioner. Nilai *SERVQUAL* dalam penelitian ini menggunakan 5 dimensi (*tangible, reliability, responsiveness, emphaty, dan assurance*) dan penggunaan skala *Likert*. Nilai *servqual* (*gap*) per atribut didapatkan dari selisih antara rata-rata nilai persepsi – rata-rata nilai harapan. Atribut yang memiliki kesenjangan (*gap*) terbesar maka diperlukan perbaikan yang utama. Diketahui rata-rata nilai persepsi dan rata-rata nilai harapan. Perhitungan nilai *servqual* (*gap*) per atribut dapat dilihat pada Tabel 5 dibawah ini:

Tabel 5. Hasil perhitungan Gap Pernyataan

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	Perhitungan GAP		
		Persepsi	Harapan	GAP
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)				
1	Penampilan karyawan berseragam rapi, bersih, dan menarik	4,3625	4,55	- 0,1875
2	Penataan dan Kebersihan lobby hotel Kartika Chandra	4,325	4,55	- 0,225
3	Desain interior kamar tamu dan penataan fasilitas kamar	3,975	4,6375	- 0,6625
4	Kebersihan kamar tamu dan fasilitas kamar tamu Hotel Kartika Chandra	4,15	4,625	- 0,475
5	Ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan	4,125	4,6	- 0,475
Keandalan (<i>Reliability</i>)				
6	Karyawan hotel memberikan pelayanan secara maksimal	4,325	4,55	- 0,225
7	Prosedur pemesanan dan transaksi di tangani dengan cepat, dan tepat.	4,2875	4,575	- 0,2875
8	Kemauan dan kejujuran karyawan hotel dalam melayani pelanggan.	4,35	4,5375	- 0,1875
9	Kesiapan karyawan melayani pelanggan	4,2375	4,5	- 0,2625
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
10	Karyawan memberikan informasi pemesanan dengan tepat kepadapelanggan	4,2875	4,4875	- 0,2
11	Karyawan hotel menangani keluhan pelanggan dengan tanggap	4,15	4,5125	- 0,3625
12	Karyawan hotel merespon permintaan pelanggan secara tepat dan cepat	4,3	4,575	- 0,275
13	Karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan pelanggan	4,15	4,5375	- 0,3875
Empati (<i>Empathy</i>)				
14	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan	4,15	4,675	- 0,525
15	Karyawan dan staf memberikan informasi yang mudah dipahami oleh tamu	4,1625	4,4875	- 0,326
16	Karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan	4,2125	4,55	- 0,3375
17	Kesedian keryawan dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan	4,25	4,45	- 0,2
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
18	Jaminan rasa aman pelanggan terhadap keamanan kendaraan di tempat parkir	4,2125	4,625	- 0,4125
19	Jaminan atas cita rasa makanan yang didapatkan	4,4125	4,575	- 0,1625
20	Perilaku karyawan menanamkan rasa kepercayaan kepada pelanggan	4,2625	4,575	- 0,3125
21	Karyawan hotel mampu memberikan jaminan rahasia pribadi pelanggan	4,275	4,65	- 0,375
22	Karyawan hotel bertanggung jawab atas kenyamanan dan keamanan pelanggan	3,95	4,475	- 0,525

Berdasarkan tabel 3.5 diatas hasil nilai tanda negatif (-) menunjukkan bahwa harapan pelanggan (responden) dengan kinerja belum memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Analisa Gap Setiap Dimensi

Dalam metode *SERVQUAL* terdapat 5 (lima) dimensi yang meliputi (Lissa, 2016, Prananda, 2019); *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Empathy* (Empati), dan *Assurance* (jaminan). Selanjutnya hasil perhitungan digunakan untuk mengukur *Gap* setiap dimensi dalam memberikan pengaruh terhadap kualitas. Dengan itu dapat diketahui dimensi mana yang perlu diperbaiki sesuai harapan pelanggan. Nilai rata-rata setiap dimensi didapat dengan menjumlahkan nilai rata-rata atribut pada setiap dimensi. Hasil perhitungan gap setiap dimensi dapat dilihat pada tabel 6:

Tabel 6 Perhitungan Gap Dimensi Kuesioner

NO	DIMENSI PERNYATAAN	SELISIH GAP		
		Persepsi	Harapan	GAP
1	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	4,1875	4,5925	-0,405
2	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,3	4,5406	-0,2406
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,2219	4,5281	-0,3062
4	Empati (<i>Empathy</i>)	4,1938	4,5406	-0,3469
5	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,2225	4,58	-0,3575

Berdasarkan tabel 6 selisih Gap antara persepsi dengan harapan menunjukkan tanda negatif (-) pada seluruh dimensi, yang menunjukkan bahwa setiap dimensi *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Empathy* (Empati), dan *Assurance* (jaminan) belum memberikan kepuasan terhadap pelanggan (responden).

Perhitungan Kualitas Pelayanan

Dalam menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan dari perusahaan terhadap pelanggan dapat digunakan rumus sebagai berikut (Handoko, 2011):

$$Kualitas\ Layanan\ (Q) = \frac{Persepsi}{Harapan}$$

Dari hasil perhitungan tersebut jika $Q \geq 1$, maka kualitas layanan perusahaan dinyatakan baik. Jika hasil kualitas $(Q) \leq 1$ maka kualitas layanan dikatakan belum baik. Hasil keseluruhan perhitungan kualitas layanan dapat dilihat pada tabel 7:

Tabel 7. Hasil Perhitungan Kualitas Layanan

NO	DIMENSI PERNYATAAN	Persepsi	Harapan	$Q = \frac{P}{H}$
1	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	4,1875	4,5925	0,9118
2	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,3	4,5406	0,9470
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,2219	4,5281	0,9324
4	Empati (<i>Empathy</i>)	4,1938	4,5406	0,9236
5	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,2225	4,58	0,9219
Rata - rata		4,2251	4,5564	0,9273

Hasil perhitungan kualitas layanan dilihat pada Tabel 7 bahwa hasil rata-rata nilai $(Q) = 0,9273$ hal ini menunjukkan $(Q) < 1$ yang artinya kualitas kinerja pelayanan terhadap konsumen adalah kurang baik dan kurang puas terhadap konsumen.

Pengolahan Data *Importance Performance analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat harapan dan tingkat kinerja dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian harapan konsumen.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat harapan dan hasil penilaian kinerja, maka akan menghasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kinerja oleh perusahaan. Maka perhitungan tingkat kesesuaian sesuai dengan persamaan berikut $Tk = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$

Dengan dihitung berdasarkan persamaan tersebut, hasil perhitungan tersebut seperti pada tabel 8:

Tabel 8. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian *IPA*

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	Tingkat Kesesuaian		
		Kinerja	Harapan	Tk
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)				
1	Penampilan karyawan berseragam rapi, bersih, dan menarik	349	364	95,88%
2	Penataan dan Kebersihan lobby hotel Kartika Chandra	346	364	95,05%
3	Desain interior kamar tamu dan penataan fasilitas kamar	318	371	85,71%
4	Kebersihan kamar tamu dan fasilitas kamar tamu Hotel Kartika Chandra	332	370	89,73%
5	Keterersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan	330	368	89,67%
Keandalan (<i>Reliability</i>)				
6	Karyawan hotel memberikan pelayanan secara maksimal	346	364	95,05%
7	Prosedur pemesanan dan transaksi di tangani dengan cepat, dan tepat.	343	366	93,72%
8	Kemauan dan kejujuran karyawan hotel dalam melayani pelanggan.	348	363	95,87%
9	Kesiapan karyawan melayani pelanggan	339	360	94,17%
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
10	Karyawan memberikan informasi pemesanan dengan tepat kepadapelanggan	343	359	95,54%
11	Karyawan hotel menangani keluhan pelanggan dengan tanggap	332	361	91,97%
12	Karyawan hotel merespon permintaan pelanggan secara tepat dan cepat	344	366	93,99%
13	Karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan pelanggan	332	363	91,46%

Tabel 8. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian IPA (lanjutan)

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	Tingkat Kesesuaian		
		Kinerja	Harapan	Tk
Empati (<i>Empathy</i>)				
14	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan	332	374	88,77%
15	Karyawan dan staf memberikan informasi yang mudah dipahami oleh tamu	333	359	92,76%
16	Karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan	337	364	92,58%
17	Kesediaan keryawan dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan	340	356	95,51%
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
18	Jaminan rasa aman pelanggan terhadap keamanan kendaraan di tempat parkir	337	370	91,08%
19	Jaminan atas cita rasa makanan yang didapatkan	353	366	96,45%
20	Perilaku karyawan menanamkan rasa kepercayaan kepada pelanggan	341	366	93,17%
21	Karyawan hotel mampu memberikan jaminan rahasia pribadi pelanggan	342	372	91,94%
22	Karyawan hotel bertanggung jawab atas kenyamanan dan keamanan pelanggan	316	358	88,27%
Rata - rata		337,86	364,73	92,65%

Dari hasil perhitungan tingkat kesesuaian pada tabel 8 diatas diperoleh rata-rata tingkat kesesuaian 92,65% < 100% yang menyatakan bahwa pelanggan belum puas dikarenakan kinerja perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

Setelah menentukan tingkat kesesuaian antara kinerja dengan harapan konsumen, maka perlu dicari prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak manajemen dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Interpretasi dalam diagram *Kartesian Importance Performance Analysis* sangat mudah, dimana diagram *Importance Performance Analysis* dibagi menjadi 4 (empat) buah kuadran berdasarkan gambar 2.

Untuk menentukan prioritas perbaikan digunakan perhitungan dengan menggunakan *Software SPSS 21*. Data yang diperlukan merupakan data rata-rata nilai kinerja dan rata-rata nilai harapan yang telah dinilai oleh responden konsumen Hotel Kartika Chandra. Berdasarkan data nilai rata-rata tingkat kinerja dan rata-rata nilai harapan setiap atribut pernyataan pelayanan dapat dilihat pada tabel 9 berikut ini:

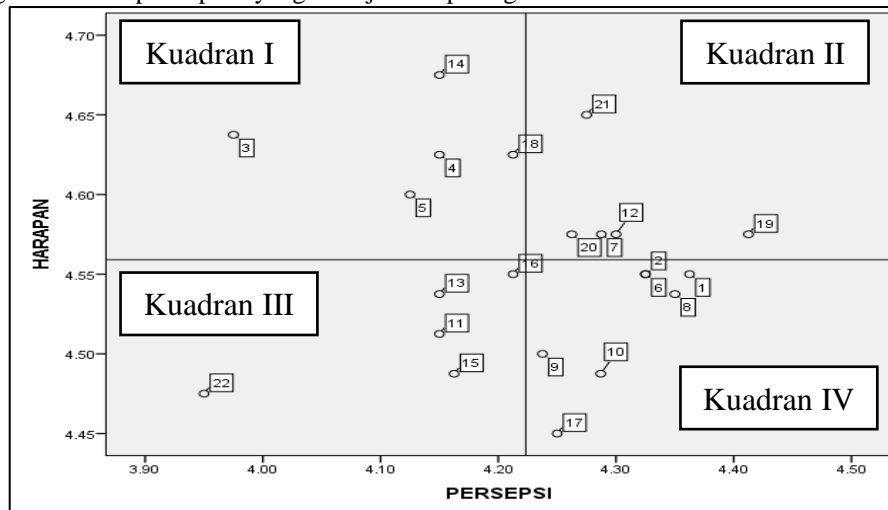
Tabel 9. Hasil Rata-rata Persepsi dan Harapan Pelanggan

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	Rata - Rata	
		Persepsi	Harapan
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)			
1	Penampilan karyawan berseragam rapi, bersih, dan menarik	4,3625	4,55
2	Penataan dan Kebersihan lobby hotel Kartika Chandra	4,325	4,55
3	Desain interior kamar tamu dan penataan fasilitas kamar	3,975	4,6375
4	Kebersihan kamar tamu dan fasilitas kamar tamu Hotel Kartika Chandra	4,15	4,625
5	Keterersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan	4,125	4,6
Keandalan (<i>Reliability</i>)			
6	Karyawan hotel memberikan pelayanan secara maksimal	4,325	4,55
7	Prosedur pemesanan dan transaksi di tangani dengan cepat, dan tepat.	4,2875	4,575
8	Kemauan dan kejujuran karyawan hotel dalam melayani pelanggan.	4,35	4,5375
9	Kesiapan karyawan melayani pelanggan	4,2375	4,5
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
10	Karyawan memberikan informasi pemesanan dengan tepat kepadapelanggan	4,2875	4,4875
11	Karyawan hotel menangani keluhan pelanggan dengan tanggap	4,15	4,5125
12	Karyawan hotel merespon permintaan pelanggan secara tepat dan cepat	4,3	4,575
13	Karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan pelanggan	4,15	4,5375
Empati (<i>Empathy</i>)			

Tabel 9. Hasil Rata-rata Persepsi dan Harapan Pelanggan (lanjutan)

NO	ATRIBUT PERNYATAAN	Rata - Rata	
		Persepsi	Harapan
Empati (<i>Empathy</i>)			
14	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan	4,15	4,675
15	Karyawan dan staf memberikan informasi yang mudah dipahami oleh tamu	4,1625	4,4875
16	Karyawan hotel mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan	4,2125	4,55
17	Kesedian keryawan dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan	4,25	4,45
Jaminan (<i>Assurance</i>)			
18	Jaminan rasa aman pelanggan terhadap keamanan kendaraan di tempat parkir	4,2125	4,625
19	Jaminan atas cita rasa makanan yang didapatkan	4,4125	4,575
20	Perilaku karyawan menanamkan rasa kepercayaan kepada pelanggan	4,2625	4,575
21	Karyawan hotel mampu memberikan jaminan rahasia pribadi pelanggan	4,275	4,65
22	Karyawan hotel bertanggung jawab atas kenyamanan dan keamanan pelanggan	3,95	4,475

Setelah diperoleh nilai rata-rata persepsi dan harapan dari tabel 9 diatas, selanjutnya akan di analisa menggunakan diagram Kartesius IPA yang diolah dengan menggunakan *Software SPSS 21*. Menghasilkan output seperti yang ditunjukkan pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Posisi Atribut Pada Diagram Kartesius

3.4 Analisa Data Kuesioner

Dalam penelitian ini untuk menentukan kualitas jasa dari sebuah jasa pelayanan, maka dibutuhkan dimensi yang dapat mengukurnya, terdapat lima dimensi untuk mengukurnya yang pertama yaitu, dimensi *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Setiap dimensi tersebut memiliki atribut-atribut pernyataan yang berjumlah 22 atribut pernyataan untuk diberikan kepada konsumen Hotel Kartika Chandra. Seluruh atribut pernyataan yang diajukan kepada responden akan dilakukan pengujian dengan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan *software SPSS 21* untuk mengetahui apakah data tersebut valid dan reliabel. Sebelum data diuji validitas dan uji reliabilitas, perlu adanya uji kecukupan data untuk menentukan apakah data yang diambil sudah mencukupi atau tidak untuk dilakukan penelitian.

3.5 Uji Kecukupan Data

Berdasarkan hasil pengolahan data pada perhitungan uji kecukupan didapatkan jumlah minimal responden adalah sebanyak 68 orang dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan (α) = 10% = 0,1; $\alpha/2 = 0,05$; $Z_{\alpha/2} = 1,645$. jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 orang, maka jumlah respondend dianggap sudah cukup untuk mewakili sebagai sampel dari suatu populasi dikarenakan data minimal yang dibutuhkan sebanyak 68 responden.

3.6 Uji Validitas Data

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan menggunakan *software SPSS versi 21*. Langkah pertama yang dilakukan yaitu mencari nilai dari *rtabel*, dengan menggunakan 80 responden dan tingkat signifikansi 5% maka didapatkan hasil *rtabel* sebesar 0,220. Langkah selanjutnya yaitu mencari nilai *rhitung*, dimana hasilnya dapat dilihat pada hasil output pengolahan *SPSS 21* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Data dikatakan valid jika *rhitung* > *rtabel*. Hasil output *SPSS 21* menunjukkan bahwa semua atribut pernyataan valid karena *rhitung* > *rtabel*. Dikarenakan semua atribut pernyataan telah valid, maka iterasi pada penelitian hanya dilakukan satu kali saja.

3.7 Uji Reliabilitas Data

Pada pengujian reliabilitas ini menggunakan perhitungan manual dan menggunakan bantuan *software SPSS versi 21*. Untuk mengetahui suatu data reliabel atau tidak dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*. Suatu data dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 dan akan lebih baik lagi ketika mendekati 1 berdasarkan tabel 2.1. Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai dari *Cronbach Alpha* untuk kuesioner persepsi senilai 0,779 dan nilai dari *Cronbach Alpha* untuk kuesioner harapan adalah 0,905. Hasil dari kedua perhitungan tersebut lebih besar dari 0,6 yang menyatakan bahwa kuesioner tersebut reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kuesioner disebar beberapa kali kepada responden yang berbeda, maka hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh terhadap rata-rata jawaban responden atau dapat dikatakan jawaban responden akan stabil atau konsisten.

Analisa Pengolahan *SERVQUAL*

Pada analisis tingkat kualitas layanan pada Hotel Kartika Chandra dapat dilihat pada nilai setiap dimensinya yang dihasilkan dari rumus persepsi dibagi harapan. Untuk dimensi *Tangibles* dengan nilai kualitas (Q) adalah 0,9118, kemudian pada dimensi *Reliability* memiliki nilai kualitas (Q) adalah 0,9470, yang ketiga adalah dimensi *Responsiveness* dengan nilai kualitas (Q) yaitu 0,9324, kemudian pada dimensi *Empathy* dengan nilai kualitas (Q) yaitu 0,9236. Pada dimensi yang terakhir adalah dimensi *Assurance* dengan nilai kualitas (Q) yaitu 0,9219. Sedangkan pada rata-rata keseluruhan nilai kualitas (Q) sebesar 0,9273. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada Hotel Kartika Chandra belum bisa dikatakan baik karena (Q) < 1 menunjukkan bahwa kesenjangan tersebut belum memuaskan pelanggan.

Pada perhitungan *Service Quality* dilakukan dengan menghitung kesenjangan (*gap*) yang terjadi antara harapan dan kinerja yang didapatkan pelanggan setelah mendapatkan pelayanan jasa dari Hotel Kartika Chandra. Apabila *gap* bernilai negatif, maka kinerja perusahaan belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan dan sebaliknya jika *gap* bernilai positif, maka perusahaan sudah dapat memenuhi harapan dari pelanggan dan hal tersebut akan berdampak positif terhadap citra perusahaan.

Berdasarkan tabel 3.6 dapat diketahui bahwa *Gap* setiap atribut pernyataan mendapatkan hasil negatif (-) yang berarti harapan pelanggan belum terpenuhi terhadap kinerja karyawan. Berikut ini adalah hasil perhitungannya yang dilakukan dalam metode *Service Quality* meliputi dimensi-dimensi yang sudah diuji:

1. Dimensi *Tangible* (bukti fisik)

Tangible atau bukti fisik dapat diartikan sebagai tampilan fisik perusahaan yakni dengan adanya fasilitas-fasilitas yang ada perusahaan yang bisa dirasakan langsung oleh pelanggan. Dimensi ini adalah dimensi yang pertama kali dirasakan oleh pelanggan, karena suatu *service* tidak terlihat atau dirasakan oleh indera manusia, maka aspek *tangible* menjadi bagian penting dari *service quality*. Pada dimensi ini berdasarkan hitungan nilai *gap* keseluruhan butir pertanyaan adalah negatif (-), yang berarti pelanggan tidak puas atas dimensi bukti fisik.

Jika dilihat nilai *gap* terbesar terdapat pada atribut Desain interior kamar tamu dan penataan fasilitas kamar sebesar -0,625. Pada atribut penampilan karyawan berseragam rapi, bersih, dan memiliki nilai *gap* sebesar -0,1875. Pada atribut penataan dan kebersihan lobby hotel Kartika Chandra memiliki nilai *gap* sebesar -0,225. Pada atribut Kebersihan kamar tamu dan fasilitas kamar tamu Hotel Kartika Chandra memiliki nilai *gap* sebesar -0,475. Kemudian pada atribut ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan -0,475. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi fisik (*Tangible*) masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan pelanggan. Dimensi *tangible* juga menjadi prioritas perbaikan pada industri jasa De Laundry (Anindya, 2021).

2. Dimensi *Reliability* (keandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan terhadap pelanggan. Pada perhitungan di dimensi ini tidak ditemukan nilai *gap* yang bernilai positif. Rata-rata nilai *gap* pada dimensi ini sebesar -0,2406.

Terlihat bahwa kesenjangan *Gap* terbesar terjadi pada atribut Prosedur pemesanan dan transaksi di tangani dengan cepat, dan tepat memiliki nilai *gap* -0,2875. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan belum merasa puas terhadap pelayanan kecepatan waktu penyajian karena masih kurang optimal. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah atribut kemauan dan kejujuran karyawan hotel dalam melayani pelanggan yang mempunyai nilai *gap* -0,1875. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan masih merasa kurang puas terhadap atribut ini.

Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai *gap* terbesar hingga terkecil adalah atribut Prosedur pemesanan dan transaksi di tangani dengan cepat, dan tepat memiliki nilai *gap* -0,2875, kesiapan karyawan melayani pelanggan memiliki nilai *gap* -0,2625, karyawan hotel memberikan pelayanan secara maksimal dengan nilai *gap* -0,225, yang terakhir kemauan dan kejujuran karyawan hotel dalam melayani pelanggan yang mempunyai nilai *gap* -0,1875. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi kehandalan (*Reliability*) masih perlu ditingkatkan.

3. Dimensi *Responsiveness* (daya tanggap)

Pada dimensi ini, kesenjangan terbesar terjadi pada atribut karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan pelanggan yang mempunyai nilai *gap* sebesar -0,3875. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa jika para karyawan di Hotel Kartika Chandra ini belum memiliki tingkat ketanggapan yang cukup dalam menerima pesanan kamar/makanan dari pelanggan. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah atribut karyawan memberikan informasi pemesanan dengan tepat kepadapelanggan yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,2. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan cukup merasa puas terhadap atribut ini.

Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai *gap* terbesar hingga terkecil adalah atribut atribut karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan pelanggan yang mempunyai nilai *gap* sebesar -0,3875. Karyawan hotel menangani keluhan pelanggan dengan tanggap dengan nilai *gap* sebesar -0,3625. Karyawan hotel merespon permintaan pelanggan secara tepat dan cepat nilai *gap* -0,275. Pada kamudian yang terakhir pada atributkaryawan memberikan informasi pemesanan dengan tepat kepadapelanggan yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,2. Skor rata-rata dimensi *responsiveness* untuk kinerja sebesar 4,2219 dan untuk skor rata-rata harapan sebesar 4,5281 dan terjadi kesenjangan/*gap* sebesar -0,3062. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi daya tanggap (*responsiveness*) masih perlu ditingkatkan.

4. Dimensi *Empathy* (empati)

Empathy adalah adanya perhatian secara individual dari perusahaan terhadap konsumennya. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Pada dimensi *empathy* ini didapatkan nilai rata-rata *gap* sebesar -0,3469.

Atribut yang memiliki nilai *gap* terbesar pada dimensi *emphaty* yaitu karyawan hotel mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan dengan nilai *gap* sebesar -0,525. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah atributkesedian keryawan dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi empati (*empathy*) masih perlu ditingkatkan.

5. Dimensi *Assurance* (jaminan)

Assurance adalah pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya terhadap pelanggan kepada perusahaan. Pada dimensi ini perhitungan rata-rata nilai *gap* sebesar -0,3575 dan pada dimensi ini setiap atributnya mendapatkan nilai negatif. Nilai *gap* terbesar terdapat pada atribut Karyawan hotel bertanggung jawab atas kenyamanan dan keamanan pelanggan yaitu sebesar -0,525. Atribut Jaminan rasa aman pelanggan terhadap keamanan kendaraan di tempat parkir sebesar -0,4125. Pada atribut karyawan hotel mampu memberikan jaminan rahasia pribadi pelanggan memiliki nilai *gap* sebesar -0,375. Lalu pada atribut Perilaku karyawan menanamkan rasa kepercayaan kepada pelanggan terdapat *gap* sebesar -0,3125 dan *gap* terkecil pada dimensi ini terdapat pada atribut Jaminan atas cita rasa makanan yang didapatkanyaitu sebesar -0,1625. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi jaminan (*assurance*) masih perlu ditingkatkan.

Analisa Pengolahan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Pada analisis sebelumnya yaitu *Service Quality* (SERVQUAL) dapat diketahui atribut yang harus dilakukan perbaikan, dimana atribut yang memiliki nilai *gap* negatif. Akan tetapi, hal tersebut akan memerlukan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Maka dari itu diperlukannya urutan atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Melalui analisis *Importance Performance Analysis*

(IPA) dengan menggunakan diagram kartesius merupakan salah satu cara untuk menentukan prioritas utama untuk dilakukan perbaikan (Martilla, 1997).

Analisis Importance Performance Analysis (IPA) ini didapatkan dari rata-rata setiap atribut tingkat kepuasan pelanggan dan juga rata-rata setiap atribut dari harapan pelanggan. Setelah itu kedua data akan dijelaskan pada diagram IPA dengan menggunakan diagram Kartesius untuk rata-rata tingkat kepuasan pelanggan akan menjadi sumbu X dan juga rata-rata setiap atribut harapan pelanggan akan menjadi sumbu Y. Diagram tersebut akan terbagi menjadi empat kuadran, untuk kuadran I yaitu *Concentrate Here* (prioritas utama), untuk kuadran II (*Keep up the Good Work*) atau prioritas kedua, kemudian untuk kuadran III yaitu (*Low Priority*) memiliki tingkat kepentingan yang kurang penting (prioritas rendah), dan untuk kuadran IV (*Possible Overkill*) memiliki nilai prioritas yang tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah). Berikut ini adalah posisi setiap atribut pada diagram Kartesius berdasarkan pada gambar 2:

1. Posisi kuadran I (*Concentrate Here*)

Atribut atau dimensi layanan yang berada di kuadran I ini menunjukkan bahwa tingkat harapan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, namun tingkat kepuasan yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan ini rendah. Oleh karena itu dinilai berbahaya dikarenakan antara rata-rata tingkat kepuasan dan rata-rata tingkat harapan saling berlawanan, sehingga pada kuadran ini harus dilakukan perbaikan dan merupakan prioritas utama untuk diperbaiki. Atribut yang terdapat dalam kuadran I dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini:

Tabel 10. Atribut Pelayanan Pada Kuadran I

NO	ATRIBUT	DIMENSI
1	Desain interior kamar tamu dan penataan fasilitas kamar.	<i>Tangible</i>
2	Kebersihan kamar tamu dan fasilitas kamar tamu Hotel Kartika Chandra.	<i>Tangible</i>
3	Keterersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan.	<i>Tangible</i>
4	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan.	<i>Empathy</i>
5	Jaminan rasa aman pelanggan terhadap keamanan kendaraan di tempat parkir.	<i>Assurance</i>

Berdasarkan tabel 3.10 dapat dilihat bahwa terdapat 5 (lima) atribut prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Dari kelima atribut tersebut ada pada dimensi *Tangible*, *Empathy*, dan *Assurance*.

2. Posisi kuadran II (*Keep up the Good Work*)

Atribut dalam kuadran II merupakan atribut yang harus dipertahankan oleh Hotel Kartika Chandra, dimana harapan pelanggan dan kinerja hotel sama-sama tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap sangat penting bagi pelanggan sudah dijalankan dengan baik oleh pihak hotel, sehingga membuat pelanggan merasa puas. Atribut yang termasuk dalam kuadran II sebanyak 5 butir. Atribut yang berada pada kuadran II merupakan kekuatan Hotel Kartika Chandra untuk dapat bersaing dengan hotel-hotel lainnya. Atribut yang terdapat dalam kuadran II dapat dilihat pada tabel 11 berikut ini:

Tabel 11 Atribut Pelayanan Pada Kuadran II

NO	ATRIBUT	DIMENSI
1	Prosedur pemesanan dan transaksi di tangani dengan cepat, dan tepat.	<i>Reliability</i>
2	Karyawan hotel merespon permintaan pelanggan secara tepat dan cepat.	<i>Responsiveness</i>
3	Jaminan atas cita rasa makanan yang didapatkan.	<i>Assurance</i>
4	Perilaku karyawan menanamkan rasa percaya kepada pelanggan.	<i>Assurance</i>
5	Karyawan hotel mampu memberikan jaminan rahasia pribadi pelanggan.	<i>Assurance</i>

Berdasarkan tabel 11 dapat dilihat bahwa terdapat 5 (lima) atribut tersebut perlu dipertahankan. Atribut pada kuadran II adalah atribut yang memberikan kepuasan konsumen terhadap kinerja dari karyawan. Dari kelima atribut tersebut ada pada dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*.

3. Posisi kuadran III yaitu (*Low Priority*)

Atribut dalam kuadran III merupakan atribut dengan prioritas perbaikan yang rendah, dimana harapan pelanggan dan kinerja hotel yang sama-sama rendah. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap kurang penting bagi pelanggan dan dijalankan oleh pihak perusahaan dengan biasa saja dikarenakan kurang dianggap penting bagi pelanggan. Jumlah atribut yang masuk dalam

kuadran III adalah sebanyak 5 butir. Walaupun pada kuadran III memiliki tingkat kepentingan yang kurang penting bagi pelanggan, tetapi pihak hotel juga harus memperhatikan serta memperbaikinya, karena dimasa yang akan datang akan menjadi tuntutan dalam meningkatkan kualitas kinerja perusahaan. Atribut yang terdapat dalam kuadran III dapat dilihat pada tabel 12:

Tabel 12. Atribut Pelayanan Pada Kuadran III

NO	ATRIBUT	DIMENSI
1	Karyawan hotel menangani keluhan pelanggan dengan tanggap.	<i>Responsiveness</i>
2	Karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/ makanan pelanggan.	<i>Responsiveness</i>
3	Karyawan memberikan informasi yang mudah dipahami oleh tamu.	<i>Empathy</i>
4	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan.	<i>Empathy</i>
5	Karyawan hotel bertanggung jawab atas kenyamanan dan keamanan pelanggan.	<i>Assurance</i>

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat bahwa terdapat 5 (lima) atribut dengan prioritas perbaikan yang rendah. Atribut pada kuadran III adalah atribut yang tidak terlalu diharapkan oleh konsumen dan menurut perusahaan tidak terlalu mempengaruhi kepuasan konsumen, tetapi pihak hotel juga harus memperhatikan serta memperbaikinya. Dari kelima atribut tersebut ada pada dimensi *Responsiveness*, *Empathy*, dan *Assurance*.

4. Posisi kuadran IV (Possible Overkill)

Atribut dalam kuadran D merupakan atribut yang berlebihan, dimana kinerja hotel lebih besar daripada harapan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap kurang penting bagi pelanggan tetapi dijalankan oleh pihak perusahaan dengan sangat baik. Atribut yang terdapat dalam kuadran IV dapat dilihat pada tabel 13 berikut ini:

Tabel 13. Atribut Pelayanan Pada Kuadran IV

NO	ATRIBUT	DIMENSI
1	Penampilan karyawan berseragam rapi, bersih, dan menarik.	<i>Tangible</i>
2	Penataan dan Kebersihan lobby hotel Kartika Chandra.	<i>Tangible</i>
3	Karyawan hotel memberikan pelayanan secara maksimal.	<i>Reliability</i>
4	Kemauan dan kejujuran karyawan hotel dalam melayani pelanggan.	<i>Reliability</i>
5	Kesiapan karyawan melayani pelanggan.	<i>Reliability</i>
6	Karyawan memberikan informasi pemesanan dengan tepat kepada pelanggan.	<i>Responsiveness</i>
7	Kesediaan karyawan dalam menerima kritik dan saran dari pelanggan.	<i>Empathy</i>

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa terdapat 7 (tujuh) atribut yang berlebihan. Ketujuh atribut tersebut dianggap tidak penting oleh konsumen tetapi pihak perusahaan melakukan kinerja yang sangat baik. Dari ketujuh atribut tersebut ada pada dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Empathy*.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan, nilai rata-rata kualitas pelayanan Hotel Kartika Chandra adalah sebesar 0,9273. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada Hotel Kartika Chandra belum bisa dikatakan baik dimana nilai tersebut masih kurang dari 1 atau $(Q) < 1$. Pada diagram kartesius *Importance Performance Analysis* atribut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari 5 dimensi terdapat pada kuadran I. Lima atribut pelayanan prioritas utama untuk diperbaiki adalah desain interior dan penataan fasilitas kamar, kebersihan kamar dan fasilitas kamar tamu, ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan, karyawan hotel mampu menjalin hubungan baik dengan pelanggan, dan jaminan keamanan kendaraan di tempat parkir.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2019). *Mengukur Kualitas Layanan*. Yogyakarta: BPFE
- Akbar, M.R.M. (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Dengan Metode Service Quality (SERQUAL) Dan Importance Performance Analysis (IPA) di Bengkel AHASS Tamsis Jaya Baru (Skripsi S1)*., Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
- Anindya, A.P., dan Mindhayani, I. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Serve Quality. *Jurnal INTECH Teknik Industri Serang Raya*, 7(2), 129-136.
- Besterfield, D. H. (1998) *Quality Control*. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.

- Handoko, T. Hani. (2011). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen pemasaran (terjemahan:Bobsabran)*, Edisi 13 jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Lissa, R.N. (2016). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen Teknologi ITS Surabaya Dengan Metode *Servqual* Dan *Importance Performance Analysis* (IPA), *Journal of Research and Technologies*, 2(1), 35-43.
- Martilla, A.J. and J.C. James. (1997). "Importance-Performance Analysis". *Journal of Marketing*, 41(1), 77-9
- Parasuraman, A. Zeithaml V. A, and Berry L.L. (1985). Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Prananda, Y., Lucitasari, D.R., & Khannan, M.S.A. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan, *Jurnal Optimasi Sistem Industri*. 12(1), 1-8.