

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
MENGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)
PADA HOTEL ROSALI SITUBONDO**

**ANALYSIS OF SERVICE QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION THE
METHOD OF IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) ON HOTEL ROSALI,
SITUBONDO**

Andika Cahyo Diyanto, Drs. Anwar, M.Sc, Jekti Rahayu, SE., M.Si
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi.
Universitas Muhammadiyah Jember.
Jl. Karimata No. 49 Jember.

Email: Cahyo12jember@gmail.com

ABSTRAK

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti hotel memerlukan faktor-faktor pendukung untuk menarik minat para konsumen agar mau menggunakan jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi perusahaan karena dapat membangun persepsi konsumen terhadap perusahaan. Sampai saat ini perusahaan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen Hotel Rosali Situbondo. Dimensi kualitas pelayanan pada penelitian ini dengan menggunakan teori Tjiptono dan Chandra terbagi atas lima dimensi yakni *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (daya tanggap), empati (*emphaty*) *reliability* (kehandalan), dan *assurance* (jaminan). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini berjumlah 73 konsumen yang menginap serta menikmati pelayanan Hotel Rosali Situbondo dengan pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis *Importance Perfomance Analysis* (IPA) untuk penilaian konsumen terhadap kinerja didalam memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari tingkat kepentingan (*expectation Importance*). Untuk memperkuat hasil analisis digunakan diagram kartesius yang meliputi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang telah diberikan adalah sebesar 4,16 yang dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pada *Hotel Rosali* yaitu sangat puas bagi pelanggan atau konsumen, sedangkan tingkat harapan konsumen adalah 4,14 dapat diartikan bahwa harapan pelanggan atau konsumen telah sesuai dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh *Hotel Rosali*. Terdapat dua belas prioritas rendah yang harus di perhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta konsumen.

Kata Kunci : Analisis Kualitas Pelayanan, *Importance Performance Analysis* (IPA)

ABSTRACT

Companies engaged in services such as hotels need supporting factors to attract consumers to use the services offered. Service quality is an important element for the company because it can build consumer perceptions of the company. Until now the company is trying to improve the quality of services provided to customers or consumers of Hotel Rosali Situbondo. The dimensions of service quality in this study using the Tjiptono and Chandra theories are divided into five in tangible yankies (physical evidence), responsiveness, empathy, reliability, and assurance. This type of research is descriptive quantitative research. Respondents in this study were 73 consumers who stayed and enjoyed the services of the Rosali Situbondo Hotel with sampling using a non probability sampling method. Data analysis is done by using Importance Performance Analysis (IPA) analysis for consumer assessment of performance in understanding customer satisfaction as a function of the level of importance (expectation Importance). To strengthen the results of the analysis, a Cartesian diagram is used which includes four parts which are limited by two lines which intersect perpendicular to the point (X, Y). Based on the results of the analysis that has been carried out shows that the level of customer satisfaction with the quality of service that has been provided is equal to 4.16 which can be interpreted that the quality of service at Hotel Rosali is very satisfied for customers or consumers, while the level of consumer expectations is 4.14 expectations of customers or consumers are in accordance with the quality of service provided by the Hotel Rosali. There are twelve low priorities that must be considered to increase customer and consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality Analysis, Importance Performance Analysis (IPA).

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya persaingan di dunia usaha terus meningkat, perkembangan teknologi yang begitu cepat dan perubahan sosial yang terjadi, menyebabkan keputusan yang dipengaruhi oleh pola pikir konsumen/pelanggan yang dinamis lebih selektif dalam pemilihan kualitas jasa yang ditawarkan oleh pelaku bisnis. Sektor Pariwisata adalah salah satu industri yang memberikan kontribusi besar untuk perekonomian. Kabupaten Situbondo merupakan daerah dataran rendah yang sangat sesuai untuk perkebunan dan pertanian. Banyak perkebunan yang tersebar pada wilayah kabupaten Situbondo terutama perkebunan tebu ini bisa dilihat dari banyaknya pabrik-pabrik gula yang tersebar luas di wilayah Kabupaten Situbondo. Komoditi yang dihasilkan dari perkebunan ini malah tercatat sebagai salah satu sektor penyumbang devisa terbesar di Jawa timur. Sektor lainnya yang tidak kalah penting dan dapat diharapkan atau mampu menandingi keberhasilan dari sektor perkebunan maupun pertanian adalah sektor pariwisata.

Pertumbuhan wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Situbondo, pada tahun 2013 sebanyak 130.856 pengunjung, tahun 2014 sebanyak 131.421 pengunjung, tahun 2015 sebanyak 162.504 pengunjung, tahun 2016 sebanyak 163.876 dan ditahun 2017 sebanyak 109.308 pengunjung. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa pengunjung wisatawan domestik dan mancanegara kota Situbondo, pada tahun 2013-2016 jumlah pengunjungnya selalu mengalami kenaikan, sedangkan pada tahun 2017 jumlah pengunjung mengalami penurunan yang signifikan. Salah satu unsur penunjang dalam bidang bisnis pariwisata adalah keberadaan jasa perhotelan atau akomodasi dirasakan sangat

diperlukan untuk memudahkan bagi wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara setelah menikmati perjalanan, berekreasi, menghadiri pertemuan ilmiah dan lain sebagainya.

Menurut Sulastiyono (2011) Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Pada dasarnya, jasa pelayanan hotel sudah dinikmati pada saat melakukan registrasi, ketika menginap di kamar, makan dan minum di restoran, atau ketika konsumen tersebut mengikuti acara seminar dan kegiatan lainnya (Buchori, 2006). Jadi hotel merupakan tempat tinggal sementara bagi para tamu selama mereka jauh dari tempat asalnya.

Hotel Rosali merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa penginapan yang berlokasi di jantung kota Situbondo. Hotel ini menawarkan tempat istirahat yang tenang dan nyaman, di tengah-tengah kebun tropis yang asri. Kebun-kebun *Hotel Rosali* ini dipenuhi dengan berbagai macam bunga, tanaman pohon, dan rumput yang hijau. Aneka tanaman bumbu dan buah-buahan dapat ditemui dikebun-kebun ini, seperti pohon mangga, murbei, sirsak, sawo, ara, jambu air, dan anggur. *Hotel Rosali* memiliki jumlah kamar sebanyak 51 kamar, fasilitas yang ditawarkan yaitu ac, telepon, televisi dan room service. Hotel ini Juga tersedia berbagai macam gazebo umum untuk seluruh tamu hotel. *Hotel Rosali* dilihat dari segi geografisnya, letaknya tidak jauh dari Pantai Pasir Putih, Pengunungan Asta Carron, Kebun Teh dan Kopi, Air Terjun dan tempat pariwisata lainnya, termasuk Taman Nasional Baluran. Untuk fasilitas lainnya ialah menyediakan layanan cucian/ *laundry*, *free wifi*, *restaurant*, ruang rapat, dan cafe. Tabel 2.2 menampilkan jumlah pengunjung yang menginap di *Hotel Rosali* pada tahun 2013-2017, sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Yang Menginap Di *Hotel Rosali* Situbondo
Tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah Pengunjung	Perubahan %
2013	18.347	-
2014	17.441	- 4.94
2015	17.022	- 2.40
2016	15.558	- 8.60
2017	16.991	921
Rata-rata		- 1.68

Sumber : Hotel Rosali Situbondo 2018.

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa tingkat hunian *Hotel Rosali* pada tahun 2013-2017 menunjukkan perkembangan yang menurun dengan rata-rata 1.68% per tahun. Oleh karena itu, penting bagi Dalam keadaan seperti ini, maka rendahnya permintaan produk suatu produk termasuk jasa penginapan ditandai oleh tingginya rendahnya kepusan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan, jadi sangatlah penting bagi perusahaan untuk mempunyai keunggulan yang kompetitif. Untuk mendapatkan keunggulan kompetitif maka setiap hotel dituntut untuk mampu memuaskan konsumennya melalui strategi yang didasarkan pada komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu memuaskan konsumen secara terus menerus.

Pada penelitian ini , peneliti memilih *Hotel Rosali* sebagai objek penelitian karena melihat pertumbuhan jumlah konsumen dan pelanggan *Hotel Rosali* mengalami penurunan signifikan berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Terdapat berbagai macam keluhan konsumen yang menginap seperti kebersihan kamar hotel, minimnya inovasi makanan, dan adanya kebisingan di lingkungan hotel. Untuk itu perlu dianalisa sejauh mana konsumen merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh *Hotel Rosali* Situbondo.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Rosali Situbondo*”.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan *Hotel Rosali* Situbondo terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode IPA *Importance Performance Analysis* ?
2. Atribut kualitas pelayanan apa saja yang dapat ditingkatkan oleh *Hotel Rosali* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan *Hotel Rosali* Situbondo terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode (IPA) *Importance Performance Analysis*.
2. Untuk menganalisis atribut-atribut kelima dimensi kualitas pelayanan yang dapat ditingkatkan oleh *Hotel Rosali* Situbondo.

2. DASAR TEORI DAN METODE PENELITIAN TINJAUAN

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:27), pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu defisi pemasaran terpenden dan terbaik adalah “kebutuhan pemasaran secara menguntungkan”.

2.1.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:30), menyatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu dalam memilih target pasar menjaga serta menumbuhkan konsumen melalui menciptakan, menyampaikan, serta mengkomunikasikan nilai kepada pelanggan potensial.

2.1.3 Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:255) menyatakan bahwa pemasaran jasa sebagai kegiatan proses sosial dan manajerial yang mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan melalui penciptaan penawaran yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun mempunyai nilai tambah yang tidak berwujud pula saat dibeli.

2.1.4 Kualitas Pelayanan

Menurut Wijaya (2011:11) kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pelanggan aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut. Jadi, kesimpulannya,

kualitas jasa merupakan suatu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

2.1.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Candra (2016:137) mengungkapkan terdapat lima dimensi yang menentukan kualitas pelayanan. Lima dimensi adalah sebagai berikut :

- a. *Tangible* (Bukti Fisik)
Kemampuan suatu perusahaan dalam memperlihatkan kepada pihak eksternal akan eksistensi perusahaan. Sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan seperti gedung, perlengkapan, peralatan, gudang, penampilan pegawai perusahaan dan lain-lain.
- b. *Emphaty* (Empati)
Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.
- c. *Reliability* (Kehandalan)
Kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan secara akurat dan terpercaya. Kecepatan waktu pelayanan untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi sesuai dengan harapan pelanggan.
- d. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
Keinginan yang tulus untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membuat pelanggan menunggu terlalu lama, merasa tidak dilayani dengan cepat, mengabaikan permintaan pelanggan akan membuat pelanggan memberikan penilaian yang buruk mengenai kualitas pelayanan.
- e. *Assurance* (Jaminan)
Faktor-faktor yang mendukung pertumbuhan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, seperti pengetahuan, sikap sopan santun, kemampuan para karyawan perusahaan. *Assurance* terdiri dari beberapa komponen yaitu : Keamanan (*security*), kredibilitas (*credibility*), komunikasi (*commucation*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*)

2.1.6 Gap Kualitas Pelayanan

Menurut pasuraman et al dalam Alma (2009:282) mengungkapkan formulasi model kualitas jasa, yang diperlukan dalam layanan jasa. Dalam model ini dijelaskan ada lima gap yang dapat menimbulkan kegagalan penjualan jasa, seperti :

- a. Kesenjangan harapan konsumen dengan persepsi manajemen.
- b. Kesenjangan persepsi manajemen dengan kualitas jasa.
- c. Kesenjangan kualitas jasa dengan penyampaian jasa.
- d. Kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal.
- e. Kesenjangan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan.

2.1.7 Ekspektasi / Harapan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2009:50) Pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan jasa anggapan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa anggapan berada dibawah jasa yang diharapkan, pelanggan kecewa. Perusahaan yang berhasil menambahkan manfaat pada penawaran mereka sehingga pelanggan tidak hanya puas tetapi terkejut dan sangat puas. Pelanggan akan sangat puas bila mendapatkan pengalaman yang melebihi harapannya. Menurut Rahmayanty (2010:42-46) Harapan pelanggan eksternal yaitu :

- a. Persyaratan kualitas barang dan jasa,
- b. Kemudahan dalam memperoleh barang dan jasa,
- c. Harga yang kompetitif,
- d. Cara pelayanan yang tepat, cepat, dan ramah.
- e. Layanan purna jual sebagai jaminan dan tanggung jawab.

2.1.8 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2012) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi, kepuasan pelanggan menentukan keberhasilan dan kegagalan perusahaan.

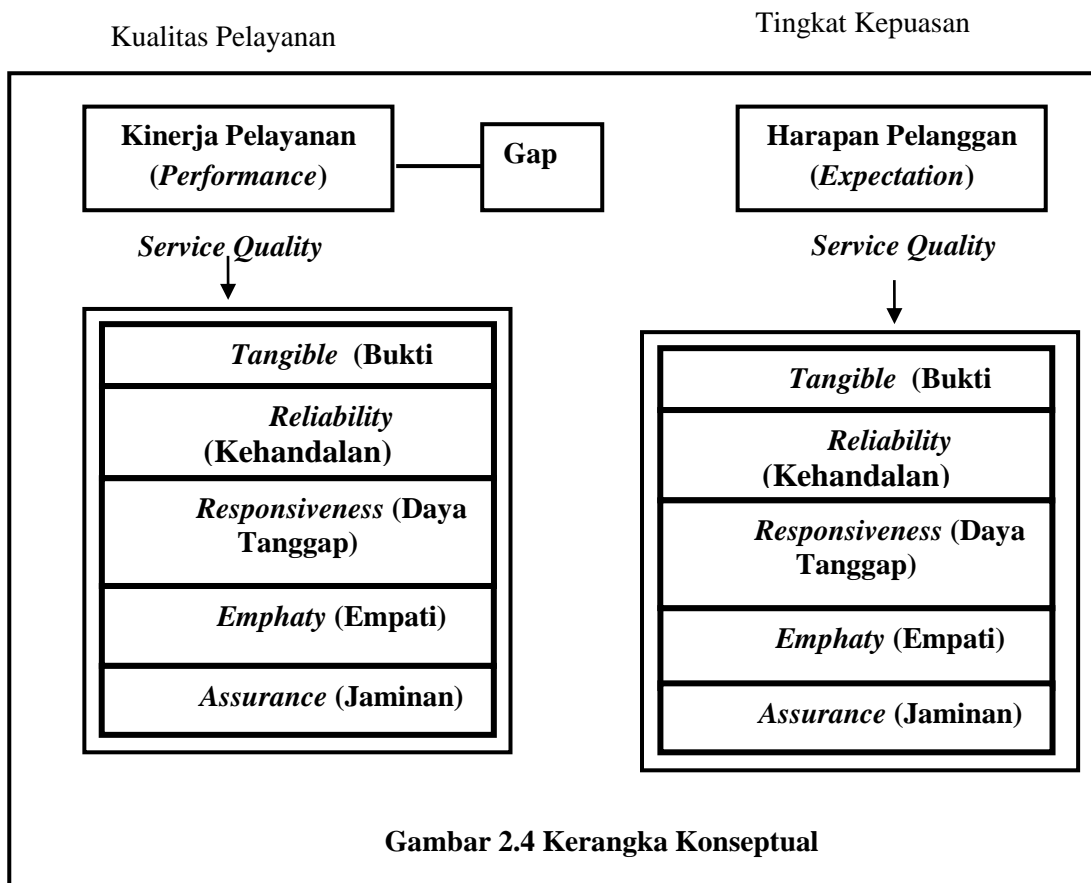
Menurut Kotler (2011:154) pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya :

- a. *Directly Reported Satisfaction*
- b. *Derived Satisfaction*
- c. *Problem Analysis*
- d. *Importance- Performance Analysis (IPA)*

2.1.9 Kerangka Pemikiran

Menurut pakar pemasaran Kotler & Keller (2012), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Ketidakpuasan tentu saja adalah hasil dari harapan yang diteguhkan secara negatif. Kepuasan dapat dipahami dengan meneliti kualitas pelayanan yang diberikan, yaitu mengidentifikasi lima determinan kualitas jasa yaitu *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (empati), *Responsiveness* (daya tanggap), *Reability* (kehandalan), dan *Assurance* (jaminan) (Tjiptono dan Chandra 2016).

Alasan utama penulis memilih dimensi kualitas dari Tjiptono, karena kelima dimensi kualitas pelayan yang di kemukakan oleh Tjiptono telah mampu untuk mewakili pengukuran dari keseluruhan dimensi kualitas pelayanan itu sendiri, serta untuk penerapan pengukuran kepuasan pelanggan pada *Hotel Rosali* di kota Situbondo ialah dengan menggunakan lima dimensi karena tepat sebagai penyedia layanan jasa publik. Kerangka konseptual merupakan kerangka pemikiran untuk pemecahan masalah pada penelitian yang dilakukan (Sugiono, 2008). Dalam penelitian ini kerangka pemikiran yang digunakan adalah sebagai berikut :



2.2 Metode Penelitian

2.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif, menurut Sugiyono (2016:35) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini, peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:7) metode kuantitatif merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

2.2.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dapat dikatakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:119). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen serta pelanggan yang menginap di *Hotel Rosali* kota Situbondo.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, karena responden yang digunakan sebagai penilai dari data primer penelitian hanya diminta memberikan satu penilaian terhadap tingkat kinerja dan tingkat kepentingan terhadap kualitas layanan sebagai dasar penentuan tingkat kepuasan konsumen *Hotel Rosali Situbondo*.

Metode pengambilan sampel yang digunakan didalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, ialah dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan didalam sampel dilakukan dengan sengaja, tetapi dengan catatan bahwa sampel tersebut memenuhi kriteria atau karakteristik untuk penelitian (Apriyani, 2013).

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti sehingga untuk menentukan ukuran sampel minimum tidak bisa digunakan tabel karena jumlah sampel yang diambil harus cukup mewakili populasi responden yang diteliti. Maka untuk penentuan proporsi jumlah sampel digunakan rumus Bernouli seperti dibawah ini :

$$n = \frac{Z^2 \cdot c \cdot l \cdot pq}{E^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

$Z^2 \cdot c \cdot l$ = Tingkat kepercayaan nilai standar distribusi normal

p = Probabilitas di tolak

q = Probabilitas diterima (1-p)

E^2 = Tingkat Kesalahan

Dalam penelitian ini digunakan tingkat ketelitian (α) 5% tingkat kepercayaan 95 % sehingga diperoleh nilai $Z= 1,96$. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 5 %. Menurut Sugiyono (2016) kebiasaan umum untuk tingkat kesalahan (α) yang dipakai untuk dunia kedokteran dan teknik adalah 1% atau tingkat keyakinan 99%, sedangkan untuk pertanian dan ekonomi adalah 5% atau tingkat keyakinan 95%, serta ilmu-ilmu sosial sebesar 10% atau tingkat keyakinan 90%. Sementara itu probabilitas kuesioner benar (diterima) yaitu 0.5 dan salah (ditolak) yaitu (1-0,5). Dengan memasukkan kedalam persamaan diatas, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,95) \cdot (0,5)}{(0,5)^2}$$

$$n = 72,99$$

Jumlah sampel minimum yang diperoleh adalah 72,99. Kemudian Peneliti menggenapkan sampel menjadi 73 responden agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih akurat. Dengan mempertimbangkan jumlah minimal sampel serta keterlibatan waktu dan biaya, maka peneliti menggunakan sampel 73 responden yang diambil dari para tamu yang sedang menginap di *Hotel Rosali* Situbondo.

2.2.3 Operasional Variabel

Menurut Darmawan (2013:109) macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok yaitu :

Variabel independen atau Variabel bebas ya itu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini variabel independent adalah *Servqual* terdiri dari beberapa sub-variabel yaitu *Tangibles* (Bukti fisis), *Reliability* (Kehandalan), *responsivness* (Daya Tanggap), *Emphaty* (*Emphaty*), dan (*Assurance* (jaminan) dan penelitian ingin mengetaguhi apakah terdapat kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen atau pelanggan *Hotel Rosali* Situbondo.

2.2.4 Importance Performance Analysis

Metode ini dikemukakan pertama kali oleh Martila dan James pada tahun 1997 dalam artikel mereka “*Importance-Performance Analysis*” yang di publikasikan pada *Journal Of Marketing*. Metode ini dimaksudkan sebagai kerangka kerja didalam memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari tingkat kepentingan (*expectation Importance*) terkait dengan suatu atribut serta penilaian pelanggan terhadap kinerja (performance organisasi dilihat dari atribut terkait (Magel, et al., 2005).

Pada penelitian ini, kualitas pelayanan *Hotel Rosali* Situbondo diwakili huruf X dan kepuasan/harapan konsumen diwakili huruf Y dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai teknik analisis data. Menurut pendapat Martila dan James dalam Lupiyoadi menyebutkan tentang prosedur dalam pengukuran *Importance Performance Analysis* (IPA) ialah sebagai berikut :

- a. Menghitung nilai kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan kinerja dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan rumus :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana :

Tki = Tinggi Kesesuaian Responden

Xi = Skor/Nilai Kinerja

Yi = Skor/Nilai Kepentingan atau ekspektasi pelanggan

Kriteria kepuasan konsumen (Suharsimi, 1998) sebagai berikut :

- i. TKI > 100 % berarti konsumen sangat puas
 - ii. TKI 76% - 100% berarti konsumen puas
 - iii. TKI 56% - 75% berarti konsumen cukup puas
 - iv. TKI 40% - 55% berarti konsumen tidak puas
 - v. TKI < 40% berarti konsumen sangat tidak puas
- b. Mengukur tingkat kepuasan pelanggan atas kinerja suatu perusahaan dan tingkat kepentingan pelanggan atas variabel kepuasan pelanggan. Untuk menjabarkan pada diagram kartesius, tingkat kinerja dilambangkan dengan huruf x. Sedangkan tingkat kepentingan pelanggan dilambangkan huruf y.
 - c. Membagi diagram kartesius menjadi empat bagian dengan cara menghitung rata-rata dari rata-rata skala tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan. Pada *quadran analysis* terdapat garis diagonal yang memotong kuadran menjadi 2 bagian, kuadran atas dan kuadran bawah.

2.2.5 Analisis Diagram Kartesius

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui posisi persepsi dan harapan yang ditunjukkan konsumen atas kualitas layanan dari *Rosali Hotel* Situbondo. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan kualitas layanan pada *Rosali Hotel* Situbondo.

Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian kenyataan dilapangan dan harapan konsumen. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y). Sumbu X (mendatar) adalah persepsi dan sumbu Y (tegak) adalah harapan konsumen terhadap kualitas layanan. Untuk menghitung skor rata-rata rumus yang digunakan adalah (Supranto, 2006):

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = skor rata-rata persepsi kualitas layanan

\bar{Y} = skor rata-rata harapan kualitas layanan

X_i = skor persepsi kualitas layanan Kafe Pondok Alam Glenmore

Y_i = skor harapan kualitas layanan Kafe Pondok Alam Glenmore

n = jumlah responden

Rumus yang digunakan untuk memetakan dimensi kedalam diagram kartesius adalah (Supranto, 2006) :

$$\bar{X} = \frac{\sum i^N = 1X_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum i^N = 1Y_i}{K}$$

Keterangan:

K = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Setelah diketahui hasilnya kemudian hasil tersebut dipetakan kedalam diagram kartesius, dengan gambar sebagai berikut:

Gambar 3.1 Diagram Kartesius

(Kepentingan/ Harapan	Prioritas Utama Kuadran A	Pertahankan Prestasi Kuadran B
	Prioritas Rendah Kuadran C	Berlebihan Kuadran D
Pelaksanaan Kinerja/Kepuasan		

Sumber : Supranto (2006)

Dibawah ini merupakan penjelasan dari setiap kuadran dari diagram kartesius adalah sebagai berikut :

a. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat atribut yang dianggap penting atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

b. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat atribut kepentingan yang dianggap sangat penting dan perusahaan sudah menjalankan kinerjanya dengan baik sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

c. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat atribut yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan tidak perlu memberi perhatian lebih pada atribut tersebut.

d. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat atribut yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan atau konsumen sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang ada pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian menunjukkan keseluruhan responden berjumlah 73 orang terdiri dari 48 orang responden (65%) berjenis kelamin laki-laki dan 25 orang (46%) berjenis kelamin perempuan. Mayoritas responden berusia 31-40 tahun sebanyak 29 orang atau sebesar 39%. Responden yang paling banyak 30 orang atau 41% responden merupakan pegawai negeri.

4.1 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

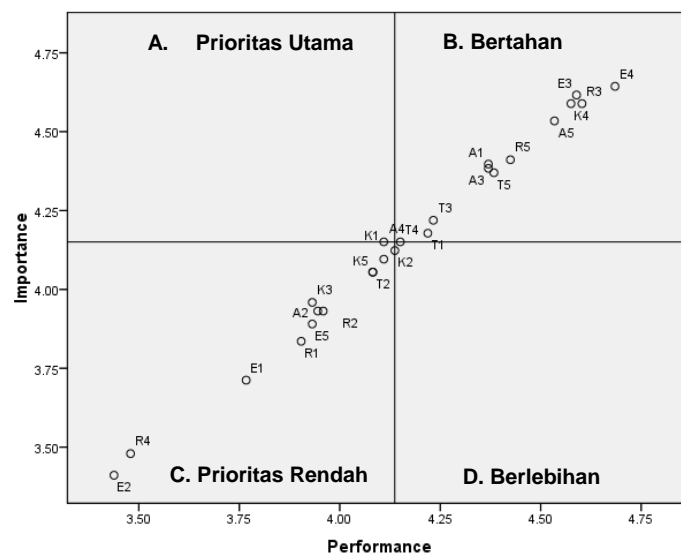
Diperoleh hasil perhitungan atribut kenyataan (kualitas pelayanan) di *Hotel Rosali* Situbondo sebesar 104,2 %. Maka dapat diketahui bahwa hasil perhitungan pelaksanaan kualitas pelayanan di Hotel Rosali Situbondo dinyatakan “**Sangat Puas**”.

4.2 Hasil Analisis Deskriptif Harapan

Diperoleh hasil perhitungan atribut harapan pada Hotel Rosali Situbondo yakni sebesar 103,71%. Maka dapat diketahui bahwa hasil perhitungan tingkat harapan konsumen Hotel Rosali dinyatakan “**sangat memenuhi**”.

4.3 Hasil Analisis *Importance Performance Analysis Method*

Gambar 4.2 Hasil Matriks Metode IPA



Dari diagram kartesius diatas terlihat bahwa letak unsur-unsur atribut pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *Hotel Rosali* Situbondo terbagi menjadi 4 bagian. Interpretasi dari diagram kartesius dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran B (Mempertahankan Prestasi)

Pada kuadran ini terdapat atribut kepentingan yang dianggap sangat penting dan perusahaan sudah menjalankan kinerjanya dengan baik sehingga wajib di pertahankan. Terdapat tiga belas atribut yang termasuk dalam kuadran ini berdasarkan dimensinya, ialah sebagai berikut :

a.) *Tangible* (Bukti Fisik)

- i. Atribut 1 : Kondisi gedung dan fasilitas yang baik.
- ii. Atribut 3 : Tempat parkir yang aman dan memadai.
- iii. Atribut 4 : Sarana dan prasana yang baik, bersih dan nyaman.
- iv. Atribut 5 : Seragam yang rapi dan bersih.

b.) *Reliability* (Kehandalan)

- i. Atribut 3 : Menyampaikan prosedur dengan baik dan jelas.
- ii. Atribut 5 : Memberikan kemudahan pelanggan saat ingin melakukan komunikasi dengan karyawan.

c.) *Responsiveness* (Ketanggapan)

- i. Atribut 4 : Memberikan Informasi yang jelas dan mudah di mengerti oleh pelanggan atau konsumen. Atribut ini masuk dalam posisi bertahan karena pelanggan atau konsumen merasa bahwa karyawan *Hotel Rosali* telah menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Jadi, usur tersebut wajib dipertahankan oleh *Hotel Rosali*.

d.) *Empathy* (Empati)

- i. Atribut 3 : Kemampuan dalam penyampaian informasi secara baik ke pada pelanggan.
- ii. Atribut 4 : Karyawan *Hotel Rosali* memberikan pelayanan yang sopan ramah tamah, sikap bersahabat kepada pelanggan.

e.) *Assurance* (Jaminan & Kepastian)

- i. Atribut 1 : Memberikan jaminan rasa aman atas jasa yang diberikan.
- ii. Atribut 3 : Menumbuhkan rasa percaya konsumen.
- iii. Atribut 4 : Keakuratan dalam hal waktu seperti cek in dan cek out.
- iv. Atribut 5 : Ramah dan sabar kepada pelanggan.

2. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini terdapat atribut yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan terlalu diharapkan oleh pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Terdapat beberapa atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu sebagai berikut :

a.) *Tangible* (Bentuk Fisik)

- i. Atribut 2 : Fasilitas dan peralatan teknologi yang *modern* (Seperti tempat sampah disaat membukanya tidak menggunakan tangan, hanya diinjak oleh kaki, atau pada kamar dipasang serat optik yang mana mampu membantu megotomasi keluar masuk kamar lampu listrik pada kamar mati dengan sendirinya, fasilitas kamar akan hidup jika orang ada didalam kamar, hal ini akan menghemat listrik).

b.) *Reliability* (Kehandalan).

- i. Atribut 2: Pelanggan boleh menyampaikan keluhan atau saran apabila ada masalah pada pelayanannya dan segeralah menyelesaikan dengan baik.

- ii. Atribut 3: Menyelesaikan keluhan atau saran dari pelanggan harus menepati waktu yang telah dijanjikan.
- c.) *Responsiveness* (Ketanggapan)
 - i. Atribut 1 : Mendengarkan dan menanggapi permintaan pelanggan jika pelanggan meminta bantuan.
 - ii. Atribut 2 : Karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada pelanggan.
 - iii. Atribut 3 : Merespon dengan cepat pertanyaan dari pelanggan melalui website *Facebook, IG, Instagram, dan lain-lain*.
- d.) *Empathy* (Empati)
 - i. Atribut 1 : Berusaha memahami kebutuhan pelanggan.
 - ii. Atribut 2 : Melayani konsumen atau pelanggan dengan penuh perhatian
 - iii. Atribut 5: Pembinaan hubungan antara karyawan *Hotel Rosali* dengan pelanggan (seperti sikap bersahabat karyawan dengan pelanggan).
 - iv.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Hotel Rosali* Kota Situbondo, maka dapat ditarik kesimpulan yang dapat menjawab tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja yang telah diberikan oleh *Hotel Rosali* Situbondo berdasarkan analisis deskriptif kenyataan atau kualitas pelayanan secara keseluruhan berada dalam kategori sangat memuaskan yakni sebesar 104,02% .
2. Konsumen memiliki harapan yang besar atas kualitas pelayanan pada *Hotel Rosali* Situbondo, berdasarkan analisis deskriptif harapan secara keseluruhan berada dalam kategori sangat sesuai yakni 103,71%.
3. Tingkat kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang telah diberikan adalah sebesar 4,16 yang dapat di artikan bahwa kualitas pelayanan pada *Hotel Rosali* Situbondo memuaskan bagi pelanggan, sedangkan untuk tingkat harapan pelanggan adalah 4,14 dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh *Hotel Rosali* Situbondo memenuhi harapan pelanggan.
4. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode IPA *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa aspek item pada diagram kartesius di prioritas rendah (Kuadran C) segera diperhatikan kualitas pelayanannya oleh *Hotel Rosali* untuk menjaga *customernya* agar tetap menginap di hotel tersebut.

4.2 Saran

Dengan mengacu pada kesimpulan dan pembahasan, maka dapat diajukan beberapa saran yang dapat diberikan dengan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ialah :

1. Aspek Teoritis

Dikarenakan penelitian ini hanya meneliti tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Hotel Rosali* Kota Situbondo, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti juga faktor-faktor lain seperti loyalitas pelanggan. Hal ini dimaksudkan sebagai bahan penyempurnaan bagi peneliti ini untuk menghasilkan sesuatu yang lebih terarah. Oleh karena itu, sehingga hasil temuannya lebih baik dan lebih akurat.

2. Aspek Praktis

Hotel Rosali Situbondo lebih meningkatkan kepuasan pelanggan yang berada dalam kriteria puas dengan memperbaiki beberapa aspek-aspek yaitu :

- a. *Hotel Rosali* dalam menangani keluhan atau kritikan pelanggan segera di tangani (seperti kritikan tempat sampah yang telah usang segera diganti).
- b. Kebersihan untuk toilet umum harus lebih diperhatikan agar pelanggan dalam menggunakan toilet tersebut merasa nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi enam. PT Adi Mahasatya. Jakarta
- Azwar, Ahmad, 2008, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Kencana, Jakarta.
- Buchory, Herry, Achmad, dan Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*. (Teori Aplikasi dan Tanya Jawab). Penerbit Linda Karya. Bandung.
- Fandy, Tjiptono, 2006, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Edisi 10. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K L. (2009). *Manajemen Pemasaran: Buku 1* (12th ed). Jakarta : Indeks.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Kotler., Philip., & Kevin. L. Keller. (2012). *Marketing Management*, Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management (15e)*. U.S: PEARSON
- Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Cetakan Pertama. UII Press. Yogyakarta.
- Sunyoto, D. 2013, *Manajemen Sumber daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F., & Diana. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono., F., & Gregorius. C. (2016). *Service Quality & Satisfaction*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.