

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN
MENGUNAKAN *GAP ANALYSIS* DAN *IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS* PADA HOTEL SWISS-
BELRESORT PECATU**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Oleh

NI MADE NOVI KURNIA DEWI

1915744035

**PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN
MENGUNAKAN *GAP ANALYSIS* DAN *IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS* PADA HOTEL SWISS-
BELRESORT PECATU**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Bali

Oleh

NI MADE NOVI KURNIA DEWI

1915744035

**PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan
Gap Analysis dan *Importance Performance Analysis* Pada
Hotel Swiss-belresort Pecatu
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Made Novi Kurnia Dewi
 - b. NIM : 1915744035
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : D4 Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 25 Agustus 2023

Menyetujui:

Pembimbing I

Putu Adriani Prayustika, SE., MM
NIP. 198406082015042002

Pembimbing II

Lily Marheni, SH., MH
NIP. 196409071991033002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

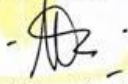
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN *GAP ANALYSIS* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* PADA HOTEL SWISS-BELRESORT PECATU

Oleh:

Ni MADE NOVI KURNIA DEWI
NIM 1915744035

Disahkan:
Ketua Penguji

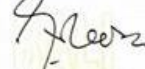

Putu Adriani Prayustika, SE., MM
NIP. 198406082015042002

Penguji I



Ida Bagus Gede Dananjaya, S.E., MM
NIP. 0009049305

Penguji II



Dra. Anak Agung Raka Sitawati, M.Pd
NIP. 196108121989032002

Mengetahui

Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph. D
NIP. 196409291990032003

Badung, 25 Agustus 2023
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M
NIP. 197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tidak Ada Hidup Tanpa Masalah, Dan Tidak Ada Perjuangan Tanpa Rasa Lelah”

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, kakak, adik dan keluarga yang telah memberikan motivasi, doa, nasihat, kesabaran dan pengertian serta memberikan dukungan material maupun moral dalam menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya.
2. I Gede Riski Purnama Aldi sebagai kekasih yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan material maupun moral dan semangat untuk kelancaran penelitian ini.
3. Sahabat dekat penulis Yunda, Adel dan Manik serta teman-teman seperjuangan penulis Evy, Anggira, Riska, Yudia, Laras yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga penelitian ini terselesaikan dengan baik.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan *Gap Analysis* dan *Importance Performance Analysis* Pada Hotel Swiss-belresort Pecatu” adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, 25 Agustus 2023
Yang menyatakan,



Ni Made Novi Kurnia Dewi
NIM 1915744035

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja tiap atribut pelayanan dalam memenuhi kepuasan pelanggan sehingga diperoleh unsur perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang tamu yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu dengan menggunakan metode penentuan sampel *accidental sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Analisis gap digunakan untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan dari atribut pelayanan yang sudah dikelompokkan ke dalam 5 dimensi servqual. Selanjutnya, dilakukan identifikasi atribut pelayanan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* pada Hotel Swiss-belresort Pecatu berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut pelayanan yang akan dipetakan ke dalam diagram kartesius yang terdiri dari 4 kuadran. Diagram kartesius menunjukkan atribut mana saja yang memiliki prioritas perbaikan untuk ditingkatkan kinerjanya. Berdasarkan hasil data yang telah dilakukan, analisis gap menunjukkan bahwa hampir semua atribut mendapatkan kesenjangan yang bernilai negatif dan dilakukannya perbaikan pada atribut berdasarkan posisi dari masing-masing kuadran.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Servqual Gap, *Importance Performance Analysis* (IPA).

ABSTRACT

This study aims to analyze the performance of every service attribute in meeting customer satisfaction thus to obtain suggestions to improve service quality. The data collection methods used are observations, interviews, questionnaires, and literature studies. The respondents in this study were 100 guests who stayed at the Swiss-belresort Pecatu Hotel using the method of determining accidental sampling or sampling based on chance. Gap analysis was used to know the gap between customer perceptions and expectations of service attributes into 5 servqual dimensions. Next, identification of service attributes using the Importance Performance Analysis method at the Swiss-belresort Pecatu Hotel based on importance level and performance of the service attributes plotted into a Cartesian diagram consisted of 4 quadrants. Cartesian diagram shows which attributes having improvement priority to be improved. Based on the results of data analysis, gap analysis shows all attributes almost get a gap negative and repairs carried out the attributes based on positions of every quadrant.

Keywords: *Service Quality, Servqual Gap, Importance Performance Analysis (IPA)*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan *Gap Analysis* dan *Importance Performance Analysis* Pada Hotel Swiss-belresort Pecatu” dengan baik dan tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menemui beberapa hambatan dan kesulitan, namun atas berkat dukungan serta penulis menerima banyak bantuan berupa saran, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE,MBA,Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali
4. Ibu A.A. Ayu Mirah Kencanawati, SE., MM selaku Koordinator Praktek Kerja Lapangan (PKL) Program Studi Manajemen Bisnis Internasional
5. Ibu Putu Adriani Prayustika, SE., MM selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah membimbing, serta memberikan arahan dan masukan, memberikan motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik

6. Ibu Lily Marheni, SH., MH selaku Dosen Pembimbing 2, yang telah membimbing, serta memberikan arahan dan masukan, memberikan motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis khususnya prodi Manajemen Bisnis Internasional yang telah mendidik sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik
8. Seluruh HOD dan Staf Swiss-belresort Pecatu yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) sekaligus memberikan dukungan pemenuhan data dalam menyelesaikan penelitian ini sehingga penelitian ini terselesaikan dengan baik
9. Ayah I Made Dwi Astawa dan Ibu Ni Wayan Murtini sebagai orang tua, saudara kandung, dan keluarga yang telah memberi banyak dukungan, doa dan serta semangat sehingga penelitian ini terselesaikan dengan baik
10. I Gede Riski Purnama Aldi sebagai *partner* hidup yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan semangat untuk kelancaran penulisan penelitian ini
11. Sahabat dekat penulis Yunda, Adel, Manik, Adelia Ariasih serta teman-teman seperjuangan penulis Evy, Anggira, Riska, Yudia, Laras dan teman-teman kelas E MBI yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga penelitian ini terselesaikan dengan baik.

Badung, 24 Mei 2023

Penulis



Ni Made Novi Kurnia Dewi

NIM 1915744035

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Telaah Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Kualitas Jasa	14

2.1.3	Kualitas Pelayanan	17
2.1.4	Servqual Gap	20
2.1.5	Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.6	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	25
2.1.7	Strategi Manajemen.....	28
2.2	Penelitian Sebelumnya.....	30
2.3	Kerangka Berpikir.....	35
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.2	Jenis Penelitian.....	36
3.3	Objek Penelitian.....	37
3.4	Populasi dan Sampling.....	37
3.4.1	Populasi	37
3.4.2	Sampel.....	37
3.5	Data Penelitian	38
3.6	Definisi Operasional Variabel	42
3.7	Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	51
4.1.1	Sejarah Hotel	51
4.1.2	Bidang Usaha.....	53
4.1.3	Struktur Organisasi.....	59
4.1.4	<i>Job Description</i>	60
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	64
4.2.1	Karakteristik Responden	64
4.2.2	Uji Instrumen Penelitian.....	68
4.2.3	Gap Analysis pada kualitas pelayanan di Hotel Swiss-belresort Pecatu	71
4.2.4	<i>Importance Performance Analysis</i> pada kualitas pelayanan di hotel Swiss-belresort Pecatu.	82
4.2.5	Perumusan Strategi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.	90
BAB V PENUTUP		105

5.1	Simpulan	105
5.2	Saran.....	107
	DAFTAR PUSTAKA	109
	LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Negatif	7
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	66
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.8 Hasil Analisis Servqual (GAP).....	71
Tabel 4.9 Perhitungan Kualitas Pelayanan.....	81
Tabel 4.10 Hasil Importance and Performance Analysis (IPA).....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hunian Kamar	5
Gambar 2.1 Service Quality Gap Model.....	21
Gambar 2.2 Diagram Kartesius.....	27
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Logo Hotel Swiss-belresort Pecatu	51
Gambar 4.2 Bangunan Hotel Swiss-belresort Pecatu	53
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Sales and Marketing Department.....	59
Gambar 4.4 Diagram Kartesius Importance and Performance Analysis (IPA).....	85
Gambar 4.5 Kuadran Importance Performance Analysis.....	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Formulir Bimbingan Skripsi
Lampiran 2	: Pengantar
Lampiran 3	: Identitas Responden
Lampiran 4	: Pernyataan Kuesioner
Lampiran 5	: Pedoman Wawancara
Lampiran 6	: Tabulasi Data Kuesioner Penelitian
Lampiran 7	: Karakteristik Responden
Lampiran 8	: Hasil Pengolahan Data Spss 27.0
Lampiran 9	: Data Hunian Kamar dan Ulasan Negatif OTA
Lampiran 10	: Dokumentasi
Lampiran 11	: Daftar Riwayat Hidup Peneliti

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri Pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia dan merupakan salah satu sektor penting bagi perekonomian di Indonesia. Bali merupakan Provinsi penyumbang devisa terbesar dalam sektor pariwisata, yaitu sekitar 40% dari seluruh devisa (tribunnews.com, 2017). Semenjak wabah covid-19 menyerang di berbagai penjuru dunia, hal ini tentunya berdampak besar bagi keberlangsungan industri pariwisata. Dampak dari wabah covid-19 terhadap industri pariwisata adalah sejumlah tempat wisata, akomodasi dan sarana pendukung pariwisata terpaksa ditutup karena adanya peraturan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Pada awal tahun 2021 keadaan industri pariwisata mulai membaik akibat ditemukannya vaksin masyarakat mulai berani untuk keluar rumah bahkan untuk melakukan kegiatan wisata, walaupun masih harus mematuhi protokol kesehatan. Semakin berkembangnya pariwisata seharusnya pelaku pariwisata juga memperhatikan bagaimana dampak pariwisata terhadap lingkungan sekitarnya.

Perkembangan pariwisata juga memberikan dampak yang baik kepada masyarakat disekitarnya karena dengan berkembangnya pariwisata dapat membuka lapangan pekerjaan baru. Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dilihat dari sumber Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. Pada tahun 2019 jumlah wisata sebanyak 6.275.210 mengalami peningkatan sebesar 3.37%, pada tahun 2020 jumlah wisata sebanyak 1.069.473 mengalami penurunan yang sangat signifikan -82.96%, pada tahun 2021 jumlah wisatawan sebanyak 51 mengalami penurunan sebesar 99.99%, dan pada tahun 2022 jumlah wisatawan sebanyak 2.300.000 mengalami peningkatan 36,5% dari situasi normal sebelum pandemi covid-19 (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2023). Dengan dilihatnya kunjungan tahunan mengalami penurunan yang diakibatkan oleh pandemi dan sekarang sedang tahap bangkit dan normal kembali, sebagai industri yang bergerak dalam bidang jasa, industri perhotelan di wilayah Bali khususnya di wilayah Badung juga tidak dapat lepas dari kondisi persaingan yang ketat untuk memperebutkan pasarnya kembali. Kementerian pariwisata dalam rencana induk yang telah dirancang untuk kepariwisataan nasional tahun 2010-2025 yang menetapkan bahwa besarnya pengembangan pariwisata nasional akan dilakukan dengan mengembangkan pemasaran pariwisata yang terpadu unggul terintegrasi dan bertanggung jawab dalam meningkatkan kedatangan wisatawan mancanegara serta pergerakan wisatawan domestik (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif., 2022).

Perkembangan pesat bisnis hotel menimbulkan tingginya persaingan, hal ini menjadi perhatian utama pihak manajemen untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi tamu hotel agar tamu merasa puas dan bersedia untuk datang kembali

ke hotel jika berkunjung ke Bali. (Hengki Mangiring Parulian Simarmata, 2018) mengidentifikasi kualitas jasa merupakan suatu hal yang penting bagi keberlangsungan hidup, perkembangan perusahaan dan tekanan kompetisi akan memaksa perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya hal ini disebabkan semakin banyak pesaing baru di dunia jasa. Sehingga masing-masing hotel perlu melakukan evaluasi kualitas pelayanan yang diberikan guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas menurut (Nora Januarti Panjaitan, 2018). Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanan agar terciptanya kepuasan pelanggan (Doris Yolanda Saragih, 2018)

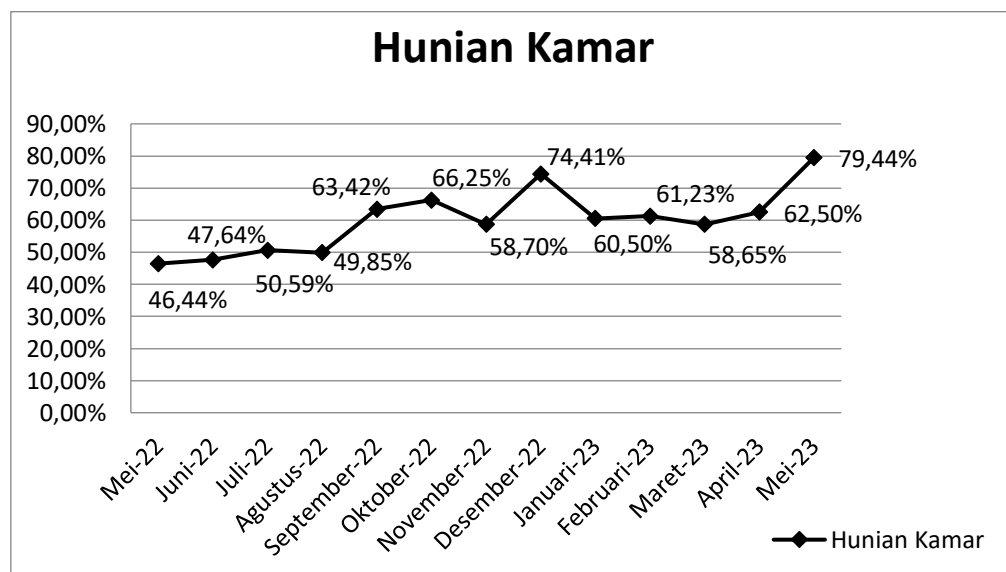
Menurut (Uli Arta Naibaho, 2022) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan pelanggan baik dan memuaskan. (Herawati Akbar, 2022) dalam mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Menurut (Baruna Hadibrata, 2022) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu

kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan dari pelanggan. Maka dari itu kualitas pelayanan atau *service quality* merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan oleh suatu usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang tidak mudah pengelolaannya dalam memberikan fasilitas dan pelayanan yang baik bagi tamu-tamunya (Endang Sutrisna, 2022). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut pelayanan perusahaan. Instrumen yang paling sering digunakan untuk mengukur persepsi kualitas layanan dalam literatur pemasaran SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988, s dikutip dalam Omar et al., 2016: 386). Lima dimensi menghasilkan model dari *service quality* yang lebih dikenal dengan gaps model atau *service quality gap model* (Roidelindhoi, 2020). Dalam membandingkan suatu persepsi dan kinerja terjadinya kesenjangan (*Discrepancies*) yang disebut dengan GAP (Akbar Nagara, 2020).

Salah satu hotel di Bali yang berada di daerah Kuta Selatan tepatnya di Pecatu Indah Raya yang sudah memperhatikan kualitas pelayanan adalah Hotel Swiss-belresort Pecatu. Pada awalnya kurang minat wisatawan untuk berkunjung ke Swiss-belresort Pecatu karena tempat yang kurang strategis dan akses berpergian jauh, namun setelah covid- 19 banyak wisatawan memilih untuk tinggal ke area pecatu khususnya Hotel Swiss-belresort Pecatu karena untuk mencari suasana yang nyaman, dan udara yang segar. Walaupun hotel ini berada

di daerah perbukitan namun tetap mengedepankan unsur lokal, warna - warni budaya dan keasrian lingkungannya.

Untuk mencapai salah satu tujuan dari Hotel Swiss-belresort Pecatu adalah memberikan pelayanan prima sebagai kepuasan tamu yang menjadi prioritas hotel. Untuk mengetahui hotel telah mencapai tujuannya adalah dengan mengetahui berapa persentase hunian kamar. Tabel berikut menunjukkan hunian kamar di Swiss-belresort Pecatu.



Gambar 1.1 Hunian Kamar

Sumber: Data diolah Hotel Swiss-belresort Pecatu, 2022-2023

Dari tabel 1.1, hunian kamar dapat dilihat 1 tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya, hal itu dapat dilihat dari tabel diatas dari 50.59% di bulan Juli menjadi 49.85%, kemudian mengalami penurunan lagi pada bulan November yaitu dari 66.42% di bulan Oktober menjadi 58.70% dan pada bulan Januari mengalami penurunan dari 74.41% di bulan Desember menjadi 60.53%, kemudian pada bulan Maret mengalami penurunan menjadi 58.65%.

Dapat dilihat dari tabel tersebut dimana penurunan hunian kamar diakibatkan kurangnya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dimiliki oleh hotel serta banyaknya ulasan negatif yang membuat citra hotel kurang bagus terhadap tamu yang akan ingin stay di Swiss-belresort Pecatu.

Berdasarkan fenomena di lapangan, adapun kualitas pelayanan yang terjadi diantaranya masih banyak persepsi konsumen tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan. Maka dapat dikatakan belum berjalan maksimal karena masih adanya beberapa komplain dari tamu secara langsung terdapat beberapa masalah pada pelayanan yang diberikan diantaranya yaitu masalah sabun mandi yang disediakan untuk tamu masih menggunakan botol plastik berukuran kecil. Beberapa tamu merasa kecewa karena sabun mandi, yang cepat habis dan harus memanggil *staff* untuk membawakannya lagi, kemudian pada saat *make up room* yang handuk basah tidak diganti tamu merasa pihak hotel pelit terhadap handuk, kemudian pada saat *check-in* yang lama hingga melewati standar *check-in*, selain itu permasalahan lainnya mengenai *service quality* dimana pada saat *breakfast* makanan yang sudah habis tidak di refill kembali, sehingga tamu merasa kualitas pelayanan dari *staff* masih kurang sigap dan juga pada saat memesan *omelette* saat *breakfast* proses pengerjaannya yang lama hingga tamu menanyakan berkali-kali dan menunggu lama.

Diharapkan suatu pelayanan yang diberikan pihak Hotel sesuai dengan harapan pelanggan baik dari kualitas pelayanan maupun kualitas produk. Namun masih terdapat tamu yang kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan seperti ada beberapa ulasan negatif yang terdapat pada beberapa OTA.

Online Travel Agent merupakan situs website yang menyediakan perjalanan online untuk pelanggan seperti Booking.com, Traveloka, Tiket.com, Agoda, Expedia, dan lain-lain. Berikut terkait ulasan negatif dari pelanggan mengenai kualitas pelayanan selama tamu menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu.

Tabel 1.1 Ulasan Negatif

Rating	Bulan	Ulasan Negatif (-)
7.0/10	Agustus 2022	<i>Breakfast absolutely not up to par for 4-star hotel (Traveloka)</i>
5.2/10	November 2022	Security awal masuk tanpa senyum, kamar <i>extra bed</i> belum <i>ready</i> setelah lewat jam 14.00, mini bar harus minta dahulu, untuk extra bed info dari resepsionis kalau sudah siap semua ternyata sampai kamar zonk, lift hari kedua mati, Ac hari kedua panas, <i>breakfast</i> sebenarnya selera, tapi saya dan grup tidak merekomendasikan, dibanding swiss-bel di kota lain pelayanan disini sangat jauh untuk harga segini belum sebanding. Tentu saja pengalaman yang tidak saya ulangi lagi. (Agoda)
4.0/10	Desember 2022	<i>The room was not isolated, poor breakfast, poor service, working from morning, gym to small. (Booking.com)</i>
1.0/ 10	Desember 2022	<i>The room had a smell of drainage, we had to cover the washroom drainage with towel and paper to keep the smell away. the food was horrible they served us raw noodles and over cooked meat (Tiket.com)</i>

5.0 /10	Januari 2023	Hmm bagus sih, cuman sayang guest ammenitisnya agak pelit, kami menginap 3 hari 2 malam, handuk tidak diganti, conditioner tidak ada isinya, ya mungkin menekan budget atau gimana kami tidak tau. Tempatnya bagus, stafnya ramah, maybe fast respon nya perlu ditingkatkan lagi. (Expedia)
6.0/10	Februari 2023	Saya diganggu ditelpon berkali-kali oleh staf hotel ditanya mengenai review atau pembayaran di kamar saya. Saya sebelumnya dikasih kunci aja tanda tangan tidak ditanyakan pembayaran. Terjadi miskom antara karyawan. Service harus ditingkatkan. Saya tamu harusnya dikasih tau bayar di depan tidak diganggu, telpon berkali-kali pas sudah masuk kamar. Saya merasa terganggu. (Agoda)

Sumber: Data diolah Hotel Swiss-belresort Pecatu, 2022-2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa apakah para tamu puas atau tidak, hal tersebut berkaitan dengan gap pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Hotel. Adapun lima kesenjangan yang berhubungan dengan masalah kualitas pelayanan yaitu GAP 1 adalah persepsi manajemen, GAP 2 adalah spesifikasi kualitas pelayanan, Gap 3 adalah GAP penyelenggaraan pelayanan, Gap 4 adalah komunikasi eksternal dan GAP 5 adalah *expected service*. Dari analisa gap yang terjadi, Hotel Swiss-belresort Pecatu dapat melakukan evaluasi pada *service quality* dalam memberikan layanan kepada pelanggan dan juga dapat melakukan penyelesaian perbaikan secara cepat dan tepat.

Dapat dijabarkan berdasarkan latar belakang diatas, yang mendorong peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode Servqual (*Service Quality*) yaitu untuk mengukur dan meningkatkan tingkat kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga akan ditemukan gap yang terjadi dan akan mendapatkan hasil gap mana yang diprioritaskan untuk diselesaikan terlebih dahulu. Penggunaan *Importance Performance Analysis* memberikan hasil analisis dari setiap atribut melalui posisi dari masing-masing kuadran pada Diagram Kartesius. Sehingga hasilnya tersebut digunakan untuk menentukan perumusan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan pada Hotel Swiss-belresort Pecatu. Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan yang dijelaskan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Gap Analysis Dan Importance Performance Analysis Pada Hotel Swiss-Belresort Pecatu”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijabarkan diatas. Maka rumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

- 2.1.1 Bagaimana *Gap Analysis* pada kualitas pelayanan di Hotel Swiss-belresort Pecatu?
- 2.1.2 Bagaimana *Importance Performance Analysis* pada kualitas pelayanan di Hotel Swiss-belresort Pecatu.

2.1.3 Bagaimana perumusan strategi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

1.3 Tujuan Penelitian

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

- 3.3.1 Untuk mengetahui bagaimana *Gap Analysis* pada kualitas pelayanan di Hotel Swiss-belresort Pecatu.
- 3.3.2 Untuk mengetahui *Importance Performance Analysis* pada kualitas pelayanan di Hotel Swiss-belresort Pecatu.
- 3.3.3 Untuk mengetahui bagaimana langkah-langkah strategi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat dari penulisan usulan penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan serta menjadi pedoman dalam pengembangan ilmu pengetahuan pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan atau *service quality*

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penulisan usulan penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Bali

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali yang akan melakukan penelitian selanjutnya mengenai kualitas pelayanan menggunakan *gap analysis* dan *Importance Performance Analysis*

2. Manfaat Bagi Hotel Swiss-belresort Pecatu

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukkan lagi seluruh staff Hotel Swiss-belresort Pecatu akan pentingnya kualitas pelayanan dan strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

3. Manfaat Bagi Mahasiswa

Penelitian ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa untuk menyelesaikan studi S1 terapan di Politeknik Negeri Bali dan diharapkan dapat menjadi perbandingan serta implementasi di lapangan dengan bekal teori dan praktik yang didapatkan di kampus.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini sebagai gambaran serta garis besar dari masing-masing bagian yang tertulis secara sistematis agar lebih terstruktur.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan secara terperinci mengenai teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar penelitian dan landasan dalam pemecahan masalah yang

meliputi landasan teori, penelitian sebelumnya, dan kerangka teoritis

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan dari metodologi penelitian yang meliputi: lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampling, data penelitian, definisi operasional variabel, analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum tentang tempat penelitian yang meliputi sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan serta hasil analisis dan pembahasan penelitian.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan simpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Telaah Teori

Telaah teori merupakan rangkuman teori yang berkaitan dengan tema yang diangkat dalam penelitian ini. Pada bagian ini memuat uraian langsung dari peneliti dan juga uraian yang ditemukan dan dikumpulkan dari literatur-literatur yang berisi teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli dalam bidangnya.

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Perencanaan membutuhkan strategi dan keahlian yang tepat untuk menentukan rencana tersebut. Peran manajemen pemasaran dalam sebuah perusahaan sangatlah penting, ini termasuk menyiapkan produk yang lebih inovatif, dengan memilih pangsa pasar yang diharapkan perusahaan, dan mempromosikan produk baru kepada pembeli yang potensial.

Mengenai Manajemen Pemasaran, (Felicia, 2021) menyatakan sebagai berikut manajemen pemasaran yaitu sebagai sebuah karya untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang

unggul. Maka manajemen pemasaran adalah analisis perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan serta memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran atau target pembeli dengan maksud untuk mencapai tujuan operasionalnya. Menurut Djaslim Saladin dalam (Felicia, 2021) dalam Manajemen Pemasaran sebagai suatu analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Berdasarkan ketiga pernyataan yang telah dijelaskan beberapa para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan ilmu yang diterapkan pada suatu bisnis agar tetap hidup melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program penciptaan konsep sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menentukan sasaran pasar, dan merencanakan kegiatan untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.1.2 Kualitas Jasa

Jasa memiliki banyak arti, mulai dari pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Banyak pakar pemasaran telah memberikan definisi tentang jasa. Menurut Kotler dalam (Iman Sulaeman, 2016) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Berdasarkan pengertian diatas maka disimpulkan bahwa jasa adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, penumpang, klein, pembeli, dan lain-lain) yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang

dilayani.

Untuk melakukan penilaian terhadap jasa, dapat dilihat penilaian kriteria yang dilakukan oleh pelanggan, hal ini digunakan apabila kualitas jasa yang disediakan sesuai dengan harapan pelanggan, menurut Parasuraman, et al dalam buku (Fandy Tjiptono, 2012) berhasil mengidentifikasi 10 (sepuluh) kriteria penilaian kualitas jasa yaitu:

1. *Tangibles* (bukti fisik) Meliputi penampilan fisik, peralatan.
2. *Reliability* (keandalan) Mencakup konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) mencakup kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.
4. *Courtesy* (keramahan) meliputi sikap santun, atensi, dan keramahan para karyawan dalam melakukan kontak dengan pelanggan.
5. *Credibility* (dapat dipercaya) meliputi sifat jujur dan dapat dipercaya.
6. *Security* (keamanan) yaitu bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Termasuk didalamnya adalah keamanan secara fisik (*Physical Safety*), keamanan finansial (*Financial Security*), privasi dan kerahasiaan (*Confidentiality*)
7. *Access* (mudah diperoleh) kemudahan untuk dihubungi dan ditemui (*Approachability*) dan kemudahan kontak.
8. *Communication* (komunikasi) kemampuan dalam menyampaikan suatu informasi keada pelanggan dengan menggunakan Bahasa yang dapat

dimengerti, dan mudah dipahami.

9. *Understanding* (memahami konsumen) memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individu dan mengenal pelanggan reguler.
10. *Competence* (ketrampilan) penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Kesepuluh dimensi tersebut disederhanakan menjadi 5 dimensi:

1. *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan), kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (ketanggapan), kemampuan untuk membantu melakukan pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
4. *Assurance* (jaminan), pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya, sehingga pelanggan terbebas dari resiko.
5. *Empathy* (empati), rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi.

Kualitas jasa dipengaruhi oleh 2 variabel yaitu jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Bila jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan, sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya, ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan jasa itu lagi.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

Istilah pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan seseorang. Menurut (Iman Sulaeman, 2016) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian konsumen. Kualitas Pelayanan terdiri dari dua kata yaitu kualitas dan pelayanan. Menurut (Achmad Odyk Akbar Nagara, 2020) Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para konsumen atas pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Menurut (Hengki Mangiring Parulian Simarmata, 2018) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Berdasarkan berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yaitu dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan terhadap pelayanan yang secara nyata mereka peroleh atau terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. *Expectancy-Disconfirmation Paradigm* (EDP) adalah teori yang paling luas diterapkan untuk mengevaluasi konsumen kepuasan dan ketidakpuasan dalam konteks layanan (Wan Salmuni Wan Mustaffa, 2021). Kepuasan pelanggan berdasarkan EDP dinilai dalam kaitannya dengan standar perbandingan antara harapan dan persepsi terhadap indikator pelayanan. Harapan dipandang sebagai keinginan pelanggan untuk layanan, sedangkan pelanggan persepsi adalah

penilaian subjektif dari pengalaman layanan yang sebenarnya. Menggambar pada teori EDP, SERVQUAL skala (kualitas pelayanan) dikembangkan dan digunakan secara luas untuk mengukur indikator kualitas pengaturan lintas layanan.

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau disarankan. Apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas jasa yang dipersepsi sebagai kualitas yang buruk (Feby Valentino Z, 2023). Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

1. Dimensi Service Quality

Menurut Gronroos yang dikutip oleh (Hengki Mangiring Parulian Simarmata, 2018) bahwa ada dua pemikiran tentang kualitas jasa, dimana kualitas jasa yang terdiri dari dua dimensi yaitu Kualitas Teknis dan Pelayanan Fungsional. Zeithaml dan Berry dimana Kualitas jasa dikembangkan dengan model SERVQUAL yang terdiri dari lima dimensi yaitu Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy. (Kotler dan Keller 2012 dikutip oleh (Winarno & Absor, 2018) kualitas jasa dengan menggunakan SERVQUAL dimana:

a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti Fisik merupakan fasilitas, perlengkapan, peralatan penunjang, penampilan personil. Dalam konteks ini sarana dan prasarana yang berkenaan dengan pelayanan konsumen yang perlu diperhatikan oleh

perusahaan yaitu kondisi gedung, peralatan yang berkualitas dan lengkap, dan lain-lain merupakan pertimbangan konsumen dalam menentukan suatu pelayanan.

b. Reliabilitas atau Keandalan (*Reliability*)

Reliabilitas atau keandalan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tepat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Dalam hal ini, Seorang marketing dituntut agar memberikan produk/pelayanan yang handal. Produk/pelayanan jangan sampai mengalami kerusakan. Para karyawan suatu perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga konsumen tidak merasa ditipu.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam membantu para konsumen dan merespon permohonan mereka, serta menyampaikan kapan layanan akan dibagikan dan kemudian memberikan pelayanan secara cepat. Elemen lainnya yang juga penting dalam elemen Daya tanggap adalah karyawan perusahaan agar selalu siap membantu konsumen. Apapun posisi seseorang di perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan tingkah laku karyawan yang mampu membangkitkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan dan menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti para

karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan atau menjawab setiap perihal pertanyaan dan masalah pelanggan.

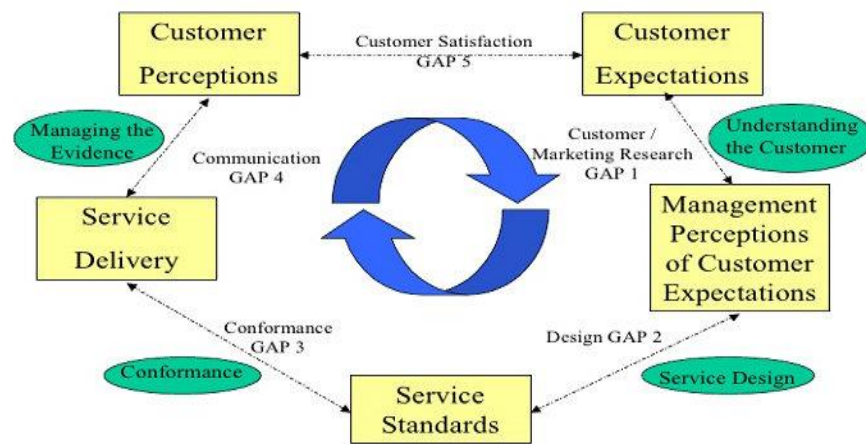
e. Empati (*Empathy*)

Empati merupakan sikap perusahaan dalam memahami masalah para konsumennya dan berperilaku demi kepentingan konsumen, serta menaruh perhatian personal terhadap para konsumen pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.

2.1.4 Servqual Gap

Metode pengukuran kualitas pelayanan yang banyak digunakan secara luas adalah metode servqual. Servqual berasal dari kata *service quality* yang artinya kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan selisih antara pelayanan yang dirasakan atau dipersepsikan oleh pelanggan dengan pelayanan yang diinginkan atau diminta oleh konsumen (harapan). Metode servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan oleh pelanggan (*expected service*). *Service Quality* (Servqual) merupakan model kualitas jasa yang banyak menjadi acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa. Model ini juga dikenal dengan istilah *Gap Analysis* model yang berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan. Model ini menegaskan bahwa apabila kinerja pada sebuah atribut (*attribute performance*) meningkat lebih besar dari harapan (*expectation*) atas atribut bersangkutan, maka persepsi kepada jasa yang diberikan akan positif dan begitu pula sebaliknya (Septian Sony Utomo, 2022)

. *Service quality gap* model menurut Fitzsimmons et al. (2014), menyebutkan bahwa penomoran gap yang terjadi dari gap 1 sampai gap 5 merepresentasikan langkah yang berurutan (*market research, design, conformance, communication, and customer satisfaction*), service gap model dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.1 Service Quality Gap Model

Sumber: Parrasuraman et. al (Fitzsimmons, 2014)

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa:

Gap 1 adalah *Market Research Gap* di mana pihak manajemen mungkin tidak dapat memahami dan menerjemahkan ekspektasi pelanggan dari pengalaman masa lalu yang didapat pelanggan, iklan, dan pengaruh dari *word of mouth*. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan pihak manajerial dalam mengatasi gap 1 ini yakni: 1) meningkatkan *market research*, 2) memperbaiki komunikasi antara staf karyawan dengan manajer, dan 3) mengurangi jumlah tingkatan dalam manajemen yang dapat berakibat munculnya jarak antara pihak manajemen dengan pelanggan.

Gap 2 terdiri dari *Design Gap* di mana manajemen tidak dapat merumuskan sebuah target dalam tingkatan pemberian layanan untuk memenuhi harapan pelanggan dan menerjemahkannya secara spesifik. Terdapat beberapa cara yang

dapat dilakukan pihak manajerial dalam mengatasi gap 2 ini yaitu menetapkan tujuan dan melakukan standarisasi dalam penyampaian layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Gap 3 adalah *Conformance Gap* di mana penyampaian layanan yang diberikan oleh staf karyawan kepada pelanggan tidak sesuai dengan standarisasi yang telah ditetapkan dan dibuat oleh pihak manajemen. Terdapat beberapa hal yang menjadi penyebab terjadinya gap 3 ini yakni: 1) kurangnya kerja sama tim, 2) seleksi karyawan yang buruk, 3) pemberian pelatihan yang kurang memadai, dan 4) pembuatan *design* pekerjaan yang tidak tepat.

Gap 4 persepsi konsumen dengan persepsi staf (*Communication Gap*) Staf merupakan penghubung antara konsumen dengan pihak manajemen. Oleh karena itu, penting sekali bagi pihak manajemen untuk mengetahui persepsi staf karena merekalah yang bertemu dan memberikan pelayanan secara langsung kepada konsumen sehingga staf lebih mengetahui harapan konsumen dari pada pihak manajemen. Selain itu, gap ini disebut *communication gap* karena dibutuhkan komunikasi yang baik antara staf dengan pihak manajemen dan juga staf dengan konsumen untuk memperkecil perbedaan antara persepsi konsumen tentang kualitas yang diharapkan dengan persepsi staf yang berhubungan langsung dengan konsumen.

Gap 5 terdiri dari *customer satisfaction gap (customer expectations and perceptions gap)* di mana terjadinya perbedaan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dan pemberian layanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia layanan. Kepuasan pelanggan ini memiliki hubungan dengan

meminimalkan empat gap yang terjadi dan yang berkaitan dengan pemberian layanan.

2.1.5 Kepuasan Pelanggan

Menurut Nugroho dalam (Hadining, 2020) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan dari kinerja produk dengan harapannya. Hal yang senada juga dijelaskan oleh (Rusdiyanto & Suranti, 2021) bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan emosional hasil dari evaluasi pelanggan atas konsumsi produk atau jasa. Sehingga dijelaskan bahwa kepuasan merupakan rasa senang atau kecewa yang ditimbulkan ketika membandingkan antara harapan akan produk atau jasa dengan realita yang diterima oleh konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara kinerja dengan harapan yang diterima oleh konsumen.

Berikut yang mengarahkan kepuasan pelanggan, yaitu berdasarkan studi literatur yang dikutip oleh (Haris Fadillah, 2020) ada lima utama kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas saat membeli dan menggunakan produk yang benar- benar memiliki kualitas yang baik.

2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif Harga yang murah merupakan sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan nilai uang yang tinggi. Pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

3. Kualitas pelayanan

Sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia ini menyumbang 70%. Tidak heran, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang sejalan dengan keinginan perusahaan untuk tercipta bukanlah pekerjaan yang mudah. Perbaikan harus dilakukan terlebih dahulu dari proses rekrutmen, pelatihan, budaya kerja, dan hasilnya biasanya terlihat setelah 3 tahun.

4. Faktor emosional

Beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Kebanggaan, kepercayaan diri, simbol kesuksesan, menjadi bagian dari sekelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh nilai- nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

5. Biaya dan kemudahan Pelanggan

Akan lebih puas jika relatif murah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa. Peran *driver* untuk mendorong kepuasan pelanggan tentu tidak sama dengan *driver* lainnya karena masing- masing *driver* memiliki tipenya masing- masing sesuai dengan industri perusahaan dan kebutuhan pelanggan yang dimilikinya

1. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut (Heru, 2014) dalam mengukur kepuasan pelanggan dengan (1) Membangun sistem keluhan dan saran; (2) Survey kepuasan pelanggan (3) *Ghost shopping* dan (4) Analisis pelanggan yang hilang. Sedangkan (Roisah dan

Riana, 2016) di dalam mengukur kepuasan pelanggan dengan (1) Kepuasan terhadap produk, (2) Emosional, (3) Kepercayaan terhadap produk, (4) Pilihan, (5) Menceritakan produk kepada orang lain. Menurut (Yovita Luph dan Budiyanto, 2014) dimana untuk mengukur kepuasan pelanggan maka parameter yang digunakan adalah:

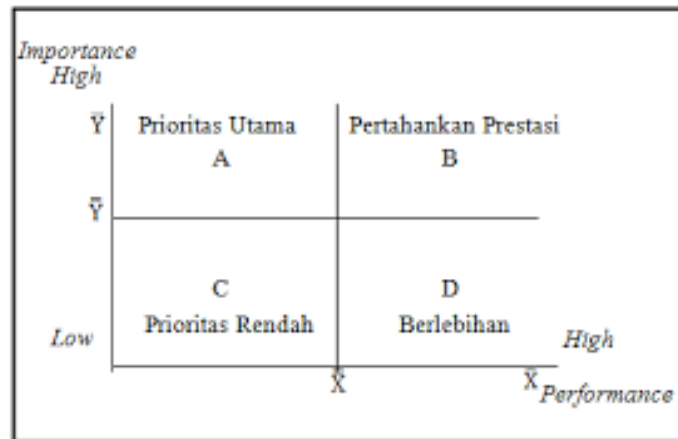
1. Jasa yang disediakan telah sesuai dengan harapan pelanggan
2. Kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan telah sesuai dengan harapan pelanggan
3. Kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut penting telah sesuai dengan harapan pelanggan
4. Minat pembelian ulang pelanggan terhadap jasa perusahaan
5. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
6. Kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan

Dalam penelitian ini dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah kenyamanan yang dirasakan pelanggan, kepuasan, kesesuaian harga, keinginan untuk menginap kembali dan keinginan merekomendasikan.

2.1.6 Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut (Melati, 2015) Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur hubungan antara prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai kuadran analisis dan persepsi konsumen. Pada diagram kartesius, sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi skor tingkat kepentingan. Metode Importance Performance Analysis (IPA) mempunyai fungsi utama untuk

menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas para pelanggan dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. Maka dari itu dapat disimpulkan IPA (*Importance Performance Analysis*) merupakan suatu rangkaian atribut pelayanan yang berkaitan dengan pelayanan khusus dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut pelanggan dan bagaimana pelayanan dipersepsikan kinerjanya relatif terhadap masing-masing atribut. Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian pelanggan terhadap tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas pelayanan (*performance*). Rata-rata hasil penilaian keseluruhan pelanggan kemudian digambarkan ke dalam *Importance-Performance Matrix* atau sering disebut Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan. Rata-rata tingkat kinerja dipakai sebagai *cut-off* atau pembatas kinerja tinggi dan kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan dipakai sebagai *cut-off* tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah.



Gambar 2.2 Diagram Kartesius

Sumber: Supranto, (2006) dalam Jufriyanto, 2020

Strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (*Concentrate Here*) Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah).
2. Kuadran B (*Keep Up the Good Work*) Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi.
3. Kuadran C (*Low Priority*) Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa.

4. Kuadran D (*Possibly Overkill*) Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

2.1.7 Strategi Manajemen

Manajemen Strategi adalah merupakan suatu proses pengambilan keputusan untuk memanfaatkan sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien dalam kondisi lingkungan perusahaan yang selalu berubah-ubah setiap saat (Supriono, 2017). Menurut (Uli Arta Naibaho, 2022) manajemen strategi adalah suatu proses untuk menentukan arah dan tujuan organisasi dalam jangka panjang serta pemilihan metode untuk mencapainya melalui pengembangan formulasi strategi dan implementasi yang terencana secara sistematis. Manajemen strategi terdiri dari dua elemen, yaitu formulasi strategi dan implementasi strategi. Dalam formulasi strategi, organisasi menentukan visi dan misi, arah strategi, dan sasaran. Sedangkan dalam implementasi strategi ditetapkan struktur, SDM, dan sistem organisasi yang semua elemen ini harus ditopang oleh kepemimpinan dan budaya yang sesuai. Dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi melibatkan proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengendalian perusahaan terkait dengan keputusan dan tindakan yang berhubungan dengan strategi.

Apabila pada konsep SERVQUAL yang hanya menganalisis tentang kesenjangan atau gap yang terjadi antara keinginan atau harapan dari pelanggan dengan kinerja yang telah diberikan oleh perusahaan, kemudian pada konsep *Importance Performance Analysis* menganalisis tentang tingkat kepentingan dari

suatu variabel dimata pelanggan dengan kinerja dari perusahaan tersebut. Maka dapat dilihat dari hal tersebut perusahaan dapat merumuskan strategi apa saja yang akan dilakukan melalui posisi masing-masing atribut pada keempat kuadran pada diagram kartesius tersebut. Dari empat kuadran yang menjadi empat strategi, tergantung pada kuadran mana yang menjadi penilaian pelanggan atas produk atau jasa yang dikeluarkan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (*Concentrate Here*) memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah. Caranya adalah perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga performance variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.
2. Kuadran B (*Keep Up the Good Work*) Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan.
3. Kuadran C (*Low Priority*) sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain.

4. Kuadran D (*Possibly Overkill*) dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi konsumen tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang dibenahi biaya.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut menjadi referensi dalam penelitian ini dilakukan. Beberapa penelitian yang di maksud sebagai berikut:

1. Penelitian pertama dilakukan oleh Muhammad Jazuli, Didi Samanhudi, dan Handoyo (2020) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Servqual dan Importance Performance Analysis Di PT. XYZ” Penelitian ini meneliti tentang menentukan kualitas atribut layanan pada perusahaan penyedia jasa yang masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Identifikasi variabel dari suatu penelitian diperlukan agar mendapatkan ketepatan penelitian, memperkecil kesalahan yang mungkin dapat terjadi dan untuk melakukan penelitian agar lebih terarah dan sistematis. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan metode *service quality* dan *Importance Performance Analysis*. Metode *servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana perbedaan kenyataan dan harapan atas layanan yang diterima/dirasakan oleh para pengguna jasa. Sedangkan Perbedaannya yaitu waktu dan lokasi penelitian.

2. Penelitian kedua dilakukan oleh Haris Fadillah, Aulia F. Hadining*, Rianita Puspa Sari (2020) yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode *Service Quality, Importance Performance Analysis (Ipa)* Dan *Customer Satisfaction Index (Csi)*” Metode penelitian yang dilakukan merupakan penelitian survei yang bersifat kuantitatif, peneliti mengambil populasi sebanyak 1.232 pelanggan dan pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Accidental Sampling*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dalam pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang kemudian teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Sedangkan perbedaannya yaitu lokasi penelitian dan objek penelitian.
3. Penelitian ketiga dilakukan oleh Achmad Odyk Akbar Nagara¹, Andrean Emaputra (2020) yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Barbershop dengan Metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* Studi Kasus XYZ Barbershop”. Penelitian ini dilakukan dengan cara survei yang dilakukan pada konsumen XYZ Barbershop di Yogyakarta, jenis penelitian yang digunakan yaitu data kualitatif yang terdiri dari jawaban responden terhadap variabel kualitas di barbershop tersebut, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 70 orang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu data yang digunakan. Sedangkan perbedaannya yaitu jumlah sampel yang digunakan dan

lokasi penelitian.

4. Penelitian keempat dilakukan oleh Feby Valentino Z1, Nur Nawa Ningtyas P, Galih Surono (2023) yang berjudul “Analisis Kualitas Kinerja Pelayanan Kesiswaan Terhadap Kepuasan Siswa Menggunakan Metode *Service Quality* (Servqual) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) pada SMK XYZ”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian secara kuantitatif dengan penggunaan metode *service quality* serta *importance analysis performance*, Sampel populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden siswa di SMK XYZ, yang ditentukan oleh perhitungan Slovin. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penggunaan metode *service quality* serta *importance analysis performance*, sampel yang digunakan berjumlah 100 orang, dan teknik pengumpulan data yang digunakan. Sedangkan perbedaannya yaitu objek penelitian dan lokasi penelitian
5. Penelitian kelima dilakukan oleh Heru Winarno & Tb Absror dalam Jurnal yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Metode *Service Quality* (Servqual) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) pada PT. Media Purna Engineering. Dalam penelitian ini menggunakan metode servqual dan IPA dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mitra perusahaan yaitu PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan servqual dan IPA untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya adalah jumlah sampel penelitian, objek penelitian, dan tempat penelitian.

6. Penelitian keenam dilakukan oleh Hidayatul Saskya Putri, Mohamad Jihan Shofa, Gina Ramayanti (2022) yang berjudul “*Measurement Of Restaurant Service Quality Using Modification Method Of Service Quality And Importance Performance Analysis*”. Dalam penelitian ini, jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder, Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Modified Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu jenis data yang digunakan, dan teknik analisis data yang digunakan. Sedangkan perbedaannya yaitu jumlah sampel yang digunakan, dan lokasi penelitian.
7. Penelitian ketujuh dilakukan oleh Salsa Ayuning Tias; Ade Muhammad; Djoko Andreas Navalino; Gathut Imam Gunadi (2023) yang berjudul “*Analysis of Servqual Repair Using the IPA Method in CN235 Aircraft Maintenance Services by PT Dirgantara Indonesia Maintenance, Repair, and Overhaul*”. Dalam penelitian ini menggunakan metode kombinasi yang digunakan untuk penelitian menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, observasi, dan studi pustaka, peneliti mengolah data seperti penelitian kualitas layanan, analisis GAP, dan analisis IPA. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, study pustaka, dan mengelola data mengenai kualitas layanan, analisis GAP, dan analisis IPA. Sedangkan perbedaannya yaitu lokasi penelitian, sampel penelitian dan teknik penentuan sampel.
8. Penelitian kedelapan dilakukan oleh Wan Salmuni Wan Mustaffa, Rafiduraida

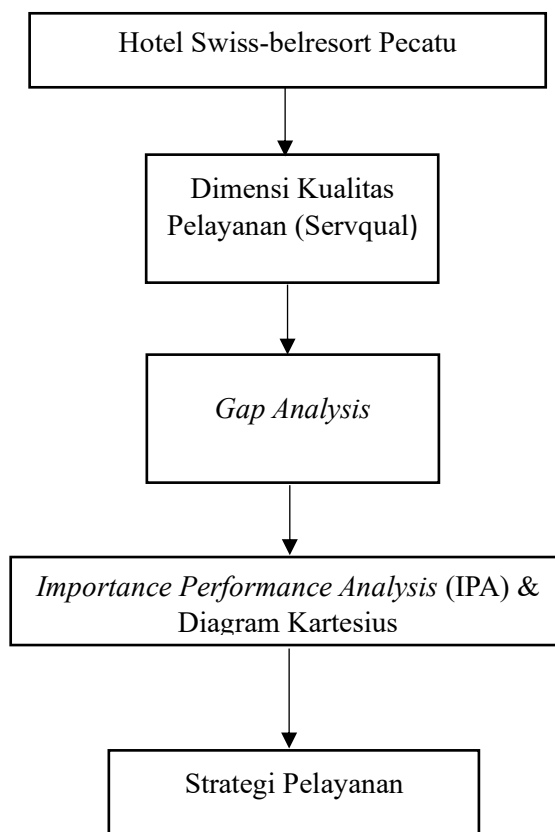
Abdul Rahman, Nurul Fadly Habidin, Noor Al Huda Abdul Karim, Aidi Ahmi (2021) yang berjudul “*Patient Satisfaction with the Healthcare Service Quality: An Empirical Investigation at Malaysian Public Hospitals by Utilizing SERVQUAL-Gap Analysis*”. Penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 384 responden, populasi penelitian ini dibagi menjadi tiga wilayah (wilayah pantai timur, wilayah tengah, dan wilayah selatan) kemudian data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan gap analysis. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu kualitas pelayanan di analisis dengan menggunakan *gap analysis*. Sedangkan perbedaannya yaitu pada populasi penelitian, objek penelitian, dan tempat penelitian.

9. Penelitian kesembilan dilakukan oleh Nabila Aulia (2023) yang berjudul “*Application Of Servqual Method, Kano Model And Importance-Performance Analysis Method In Customer Analysis Of Heavy Equipment And Genset Business*”. Dalam penelitian ini menguji ketidakpuasan pada PT Altrak 1978 mengkhususkan diri pada alat berat dan genset, ketidakpuasan pelanggan mencapai rata-rata 16,3, kemudian 53,8 pelanggan netral, dan 117,2 pelanggan puas. Selama periode tersebut. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan servqual dan IPA untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya adalah jumlah sampel penelitian, objek penelitian, dan tempat penelitian.
10. Penelitian kesepuluh dilakukan oleh Maulana Rezi Fajri S, Suhermin (2022) yang berjudul “*Analysis Of Service Quality And Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index And Importance-Performance Analysis Methods*”.

In Pt. Angkasa Pura Ii, Branch Sultan Syarif Kasim Ii Airport, Pekanbaru". Penelitian menggunakan 106 responden dengan metode *purposive sampling method*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu hasil pengolahan menggunakan *Importance-Performance Analysis (IPA)*, berdasarkan *diagram Cartesian*. Sedangkan perbedaannya yaitu jumlah sampel penelitian, objek penelitian, dan tempat penelitian.

2.3 Kerangka Berpikir

Adapun kerangka teoritis yang dikemukakan dalam pembahasan penelitian ini dapat dikemukakan pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir
Sumber: Data diolah 2023

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Swiss-belresort Pecatu berada di Jl. Pecatu Indah Resort Blok G2, Pecatu Indah Resort Kuta Selatan, Bali 80361. Lokasi hotel ini berjarak 7.7 km dengan Bandar Udara Internasional Ngurah Rai. Terdapat beberapa tempat menarik di sekitarnya, seperti New Kuta Golf dan Shooting yang berjarak kurang lebih 1 km, dan Dreamland Beach berjarak 2 km. Hotel Swiss-belresort Pecatu merupakan hotel bintang 4 bertaraf Internasional yang memiliki view lapangan golf dan lapangan tembak dengan konsep bangunan yang menonjolkan unsur lokal dan warna-warni budaya lingkungan disekitarnya. Informasi mengenai hotel selengkapnya dapat diakses melalui Telepon (62-812) 6221 9418, Fax (62-361) 3302 777, email resvsrpe@swissbelotel.com, website <https://www.swiss-belhotel.com>. Penelitian ini dilakukan saat penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dari awal bulan Agustus 2022 sampai dengan awal February 2023 pada departemen Sales and Marketing.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian

Kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013:18) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini yang menjadi bahan pertimbangan utama dalam pengumpulan data adalah pemilihan informan dan responden melalui penyebaran kuesioner.

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah mengenai Analisis Kualitas Pelayanan menggunakan *Gap Analysis* dan *Importance Performance Analysis* pada Hotel Swiss-belresort Pecatu.

3.4 Populasi dan Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu yang menginap di hotel Swiss-belresort Pecatu pada Mei 2022- Mei 2023 yaitu berjumlah 71.262 customers.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penentuan sampel menggunakan rumus Slovin yakni:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah anggota populasi

e = Persentase ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan dalam penelitian ini (10%).

Perhitungan Sampel:

$$n = \frac{71.262}{1 + 71.262 (0,1)^2}$$

n= 99,99 di bulatkan menjadi 100

Metode yang digunakan untuk menentukan responden dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dimana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan yaitu *Accidental Sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik yang menentukan sampel secara kebetulan, siapa saja yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila di pandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jadi responden dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan tamu yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu.

3.5 Data Penelitian

3.5.1 Jenis Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Data Kualitatif

Menurut (Sugiyono, 2013) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Data yang diperoleh kemudian diolah kembali secara lebih cermat untuk mendapatkan kesimpulan dan data yang akurat, karena data ini merupakan keterangan–keterangan dalam membuat suatu penelitian. Pada penelitian ini, data kualitatif berupa gambaran umum Swiss-belresort Pecatu, struktur organisasi, *job description staff* Swiss-belresort Pecatu, dan hasil wawancara.

2. Data Kuantitatif

Menurut (Sugiyono, 2013) data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat dihitung secara langsung berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan suatu bilangan ataupun angka. Data kuantitatif dapat berupa data statistik. Pada penelitian ini, data kuantitatif berupa data kuesioner dari tamu yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu

3.5.2 Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2013) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden dan hasil wawancara. Menurut (Sugiyono, 2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabannya. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data persepsi konsumen berdasarkan hasil kuesioner.

2. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2013) data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti Misalnya dari pihak lain melalui dokumen. Data sekunder yang akan ditampilkan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari buku, internet, jurnal, dan data yang diperoleh dari hotel. Contohnya struktur organisasi, data hunian kamar, dan ulasan *online* tamu melalui *OTA Extranet* maupun sosial media.

3.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka menggunakan buku referensi atau penelitian terdahulu sebagai acuan dalam melakukan penelitian, sehingga tidak dianggap asal-asalan dalam melakukan suatu penelitian.

2. Observasi

Menurut (Dwi & Adnyana 2021) observasi merupakan cara pengumpulan data melalui suatu pengamatan terhadap objek penelitian yang langsung diamati oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian mengenai kesenjangan pada *service quality* dan perumusan strategi di Hotel Swiss-belresort Pecatu.

3. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tentang masalah yang diteliti yaitu *gap analysis* pada kualitas pelayanan dan strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Wawancara dilakukan dengan *Front Office Manager, Food & Beverage Manager, Housekeeping Manager, Sales and Marketing Manager* Hotel Swiss- belresort Pecatu untuk memperkuat data penelitian. Jenis wawancara yang akan digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Menurut (Sholehah, 2015) jenis wawancara semi terstruktur ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari permasalahan jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

4. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan cara pengumpulan data dengan menyediakan daftar pertanyaan atau pernyataan untuk diisi oleh responden

sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing variabel penelitian (Dwi & Adnyana, 2021). Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan adalah tanggapan dari tamu yang sedang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu dan di setiap indikator pertanyaan yang akan diajukan kepada responden. Kuesioner digunakan untuk mengetahui evaluasi terhadap pelayanan yang sudah ada dan mengetahui harapan pelanggan terhadap pelayanan yang akan didapatkan kedepannya. Setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul peneliti akan mengolah data-data tersebut dengan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Penelitian ini akan menggunakan skala likert sebagai acuan penilaian yang mewakili jawaban dari setiap pertanyaan sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Kurang Setuju = 3
- d. Tidak Setuju = 2
- e. Sangat Tidak Setuju = 1

3.6 Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam penafsiran yang berbeda terkait penelitian yang akan dilaksanakan, maka perlu adanya batasan atau penjelasan mengenai variabel yang akan diukur dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel dependen. Ada beberapa variabel atau dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

A. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tangible adalah segala hal yang dapat dilihat oleh pelanggan seperti tampilan fisik bangunan, penampilan seluruh staf masing-masing *departemen* Swiss-belresort Pecatu (*grooming*) dan juga kelengkapan peralatan di Swiss-belresort Pecatu. Indikator *tangible* dalam penelitian ini adalah:

- a. Lokasi *lobby* strategis dan mudah dijangkau. Hal ini bisa dilihat dari kondisi *real lobby* yang strategis, yaitu dekat dengan pintu masuk utama Swiss-belresort Pecatu.
- b. Staff dari masing-masing departemen terlihat rapi dan bersih. Penampilan juga sangat memperhatikan penampilan mereka dengan menggunakan seragam, rok dan celana hitam serta make-up natural untuk wanita dan setiap *staff* diharuskan untuk selalu menjaga kerapian dan kebersihan agar saat melayani tamu dapat dilihat dengan baik dan terlihat profesional.
- c. Kelengkapan peralatan, seperti *telephone, computer, car, printer*.

B. *Reliability* (Keandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan dalam hal memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan. Indikator *reliabilitas* dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana *receptionist* dalam cepat tanggap saat menangani proses *check-in* dan *check-out* seperti menangani proses *check-in* tidak lebih dari 15 menit.
- b. Bagaimana *receptionist* dan *fb service* dalam menerima dan menyambung telepon dari pelanggan cukup cepat dan ramah misalnya saat menangani

menyambung telepon dari pelanggan yang ingin memesan makanan ke *room service*, atau keperluan lain yang dibutuhkan tamu.

- c. Bagaimana kecepatan dan kehandalan *staff* dalam melayani pelanggan.

C. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Responsiveness mengacu pada kesediaan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang tanggap dan membantu pelanggan. Ini juga mengacu pada kemauan dan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan dan menanggapi permintaan mereka, dan untuk menginformasikan kapan layanan akan diberikan dan kemudian memberikan layanan dengan cepat. Indikator daya tanggap dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana *receptionist* atau *departemen* lain akan memberikan informasi yang jelas kepada tamu tentang hotel saat tamu *check-in* seperti memberikan informasi tentang kegiatan dan fasilitas hotel.
- b. Bagaimana *receptionist* dan *reservation* membantu tamu yang membutuhkan transportasi. Misalnya tamu membutuhkan transportasi ke bandara atau ke objek tujuan.
- c. Bagaimana ketanggapan staf dalam membantu pelanggan.

D. *Assurance* (Jaminan)

Assurance berhubungan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan dan juga kemampuan mereka untuk menyampaikan keyakinan dan kepercayaan. *Assurance* perilaku karyawan yang dapat menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Ini juga berarti bahwa karyawan selalu sopan dan memiliki

pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menanyakan pertanyaan atau masalah pelanggan. Indikator *assurance* dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana staf masing-masing *departement* harus dapat berkomunikasi dengan para tamu. Salah satu caranya adalah berbicara dalam bahasa Inggris sebagai bahasa internasional.
- b. Para tamu membutuhkan keselamatan, keamanan, dan privasi menginap dan staf harus dapat memastikannya.
- c. Staf *receptionist* dan *sales marketing* harus dapat dipercaya sebagai sumber informasi hotel dan harus sopan kepada semua tamu untuk memastikan kenyamanan mereka selama tinggal di hotel.

E. *Empathy* (Empati)

Empati adalah kepedulian dan perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya seperti memperlakukan pelanggan sebagai individu dengan menyampaikan, melalui layanan yang dipersonalisasi, bahwa pelanggan itu istimewa dan unik. Indikator empati dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana Staf Swiss-belresort Pecatu dapat memberikan perhatian individu kepada pelanggan, seperti staf selalu bertanya tentang pelanggan, bagaimana kamar mereka, dan menanyakan kebutuhan pelanggan.
- b. Staf Swiss-belresort Pecatu *first impression* atau pembangun citra hotel tentunya harus mampu memperlakukan para tamu dengan ramah. Penting bagi *receptionist* untuk mengenali nama dan preferensi tamu sebagai praktisi industri perhotelan.

3.7 Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2013) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).

a. Kriteria pengujiannya yaitu:

H_0 diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, (alat ukur yang digunakan valid)

H_0 ditolak apabila $r_{statistik} < r_{tabel}$ (alat ukur yang digunakan tidak valid)

b. Cara menentukan besar nilai R

Tabel R tabel = df (N-2), tingkat signifikansi uji dua arah.

Misal R tabel = df (13-2, 0,05). Untuk mendapatkan nilai R tabel kita harus melihat di tabel R.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2013) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach* untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Menurut Sunyoto (2016) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Untuk mengukur reliabilitas instrumen dengan menggunakan

koefisien yang mendekati 1 menandakan reliabilitas dengan konsistensi yang tinggi. Indikator pengukuran reliabilitas yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria alpha sebagai berikut:

- a. $0,80 - 1,0 =$ Reliabilitas Baik
- b. $0,60 - 0,79 =$ Reliabilitas Diterima
- c. $< 0,60 =$ Reliabilitas Buruk

3.7.2 Deskriptif Kualitatif

Menurut (Sugiyono, 2013), data kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme/interpretif* digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data kualitatif, yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification*.

1. *Data reduction* (reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Menurut (Sugiyono, 2013) semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data menjadi semakin banyak, kompleks dan rumit sehingga perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

Mereduksi data berarti merangkum, meneliti hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. *Data display* (penyajian data)

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaiknya melakukan analisis kembali.

3. *Conclusion drawing/ verification* (Penarikan kesimpulan/verifikasi)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan tahap akhir dalam teknik analisis kualitatif yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada tujuan analisis yang hendak dicapai. Tahap ini bertujuan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

3.7.3 Metode Servqual (GAP)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Servqual. Metode Servqual dimaksudkan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui harapan

pelanggan dengan persepsi pelanggan. Metode ini terdiri dari dua langkah utama, yaitu mendapatkan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan. Servqual gap dihitung dengan rumus:

$$\text{Servqual Gap} = (\text{Skor Persepsi konsumen}) - (\text{Skor Harapan Pelanggan})$$

Hasil analisis Servqual dibedakan dalam tiga kategori sebagai berikut:

1. Gap skor nol, menunjukkan bahwa skor harapan pelanggan sama dengan skor persepsi konsumen.
2. Gap skor negatif, menunjukkan bahwa skor harapan pelanggan lebih besar dari skor persepsi konsumen.
3. Gap skor positif, menunjukkan bahwa skor persepsi konsumen lebih besar dari skor harapan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan rasa puas pelanggan.

3.7.4 Importance and Performance Analysis (IPA)

Dalam penelitian ini menggunakan IPA (*Importance Performance Analysis*) Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*). Dalam metode ini Tahap *Importance performance Analysis* ini dilakukan dengan menghitung rata-rata untuk setiap atribut layanan dari variabel *importance* maupun *performance*. Pada kenyataannya, atribut layanan yang dianggap sangat penting oleh pelanggan memberikan kinerja yang kurang baik. Diagram kartesius digunakan untuk menggambarkan posisi faktor-faktor yang memetakan tingkat kepentingan pada tamu Hotel Swiss-belresort Pecatu yang dimana langkah selanjutnya adalah membuat posisi dari *importance-performance* merupakan suatu diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi

dua garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik, sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{k}$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{k}$$

Keterangan:

X = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh atribut.

Y = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut.

k = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat persepsi, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Dalam penyederhanaan rumus:

$$X = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$Y = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

X = Skor rata-rata persepsi / performance.

Y = Skor rata-rata harapan / importance.

n = Jumlah responden pada analisis Importance-Performance Analysis, dilakukan pemetaan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian



Gambar 4.1 Logo Hotel Swiss-belresort Pecatu

Sumber: Hotel Swiss-belresort Pecatu, 2023

Nama perusahaan adalah Swiss-belresort Pecatu yang berada di Jl. Pecatu Indah Resort Blok G2, Pecatu Indah Resort, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali 80361. Telephone (62-812) 6221 9418, Fax (62-361) 3302 777, email resvsrpe@swissbelotel.com, website <https://www.swiss-belhotel.com>.

4.1.1 Sejarah Hotel

Swiss-belresort Pecatu merupakan hotel bintang empat yang terletak di Jalan Pecatu Indah Raya Blok G2, Pecatu Indah Resort di bawah naungan PT Tujuh Havenindo Hotel. Swiss-belresort Pecatu mulai beroperasi pada tanggal 2

April 2017. Selanjutnya, pada tanggal 10 Mei 2017, Swiss-belresort Pecatu mulai dibuka (soft opening) untuk melayani tamu. Hotel ini diresmikan oleh Direktur Utama yang bernama Ricky Teguh Utama Argawa dan Bapak Emmanuel Guillard sebagai Senior Vice President Operations and Development Indonesia (Swiss-belhotel International). Jumlah karyawan sampai saat ini adalah 50 karyawan dari beberapa department diantaranya *Finance and Administration Department, Front Office Department, Human Resources and Development Department, Food & Beverage Department, Engineering Department, dan Sales & Marketing Department.*

Pembangunan Swiss-Belresort Pecatu dilakukan berdasarkan IMB No. 78/BPTT/IMB/2014 tanggal 16 Januari 2014. Swiss-Belresort Pecatu memiliki 200 kamar yang akan dijual. Namun sampai saat ini Swiss-belresort Pecatu baru memiliki 151 kamar yang bisa dioperasikan, sedangkan beberapa kamar lainnya masih dalam tahap pengerjaan.

Diharapkan dari pembangunan resort ini Swiss-belresort Pecatu mampu menjadi resort pertama di kawasan Pecatu Indah Resort yang menawarkan kenangan tidak terlupakan bagi pengunjungnya dan memberikan perasaan hangat dari penduduk Bali bagi semua pengunjung Resort ini.

4.1.2 Bidang Usaha



Gambar 4.2 Bangunan Hotel Swiss-belresort Pecatu

Sumber: Hotel Swiss-belresort Pecatu, 2017

Didirikan pada tahun 1987 dan berkantor pusat di Hong Kong, Swiss-Belhotel International diakui sebagai salah satu grup manajemen hotel dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Swiss-Belhotel International menyediakan keahlian profesional dan jasa manajemen untuk hotel, resort dan serviced residence. Peringkat diantara 125 perusahaan manajemen hotel internasional top dunia, Swiss-Belhotel International dengan portofolio lebih dari 125 hotel, resort dan proyek, mengelola properti di 19 negara termasuk Cina, Indonesia, Malaysia, Filipina, Vietnam, Bahrain, Mesir, Irak, Kuwait, Oman, Qatar, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Australia, Selandia Baru, Swiss, dan Tanzania. Selain Kantor Pusat Perusahaan Grup di Hong Kong, operasi Swiss-Belhotel International di seluruh dunia didukung oleh Operasi Grup / Regional dan Kantor Pengembangan di Shanghai (Tiongkok), Hanoi (Vietnam), Bangkok (Thailand), Jakarta & Bali (Indonesia), Baden (Swiss), Sydney

(Australia), Auckland (Selandia Baru), dan Dubai (Uni Emirat Arab). Swiss-belresort Pecatu mulai beroperasi pada tanggal 28 April 2017 di bawah naungan PT Tujuh Havenindo Hotel. Pada awal beroperasi Hotel Swiss-belresort Pecatu telah membuka 151 kamar dan *suite, spa, restaurant, dan bar*.

Berikut ini adalah tipe kamar dan fasilitas yang terdapat di Hotel Swiss-belresort Pecatu:

1) **Jenis Kamar**

Hotel Swiss-belresort pecatu memiliki *160 rooms termasuk 2 suite rooms*.

Berikut adalah penjelasan dari beberapa tipe kamar:

a. *Standard Rooms:*

1. *Deluxe Room (32 sqm)*

Merupakan kategori kamar paling rendah yang menghadap ke gedung resort dan terbagi menjadi *23 king bed size dan 53 twin bed room*. Terletak di sisi resort sebelah kiri yang indah yang diarahkan langsung view garden, kamar ini menawarkan suasana yang nyaman dan mengundang. Untuk fasilitas yang akan didapatkan tamu menginap dikamar ini adalah *Bathroom, Spacious walk-in wardrobe, Seating area inside room, working desk Hairdryer, Safe Deposit Box, Pillow menu, 42' Adjustable wall mounted HD IPTV, Universal Power and USB charge, Pay per view movies, Mineral Water, Water heater, coffee, tea and Free Wi-Fi Access*.

2. *Deluxe Balcony Room (34 sqm)*

Merupakan kategori kamar yang menghadap langsung dengan *pool* dan lapangan golf, kamar ini menawarkan suasana yang nyaman dan mengundang

yang terletak di sebelah kanan dan merupakan salah satu menjadi kamar terfavorite yang banyak diminati para tamu, karena keindahan dan kenyamanan yang langsung menghadap *pool* dan lapangan golf. *Deluxe Balcony Rooms* terbagi menjadi *31 king bed size* dan *38 twin bed room*. Untuk fasilitas yang akan didapatkan tamu menginap dikamar ini adalah *Spacious Balcony, Bathroom, Spacious walk-in wardrobe, Seating area inside room, working desk, Hairdryer, Safe Deposit Box, Pillow menu, 42' Adjustable wall mounted HD IPTV, Universal Power and USB charge, Pay per view movies, Mineral Water, Water heater, coffee, tea and Free Wi-Fi Access.*

3. *Junior Suite Room (47 sqm)*

Kamar ini memiliki kenyamanan dan keindahan yang menghadap ke *garden*. *Junior Suite Room* hanya terdapat *4 king bed size* dan juga memiliki *living room*. Untuk fasilitas yang akan didapatkan tamu menginap dikamar ini adalah, *Bathroom, Bathtub, Living Room, Spacious walk-in wardrobe, Seating area inside room, working desk, Hairdryer, Safe Deposit Box, Pillow menu, 42' Adjustable wall mounted HD IPTV, Universal Power and USB charge, Pay per view movies, Mineral Water, Water heater, coffee, tea and Free Wi-Fi Access.*

4. *Family Suite Room (51 sqm)*

Kamar ini memiliki kenyamanan dan keindahan yang menghadap ke *garden*. *Family Suite Room* hanya terdapat *2 king bed size* dan di setiap kamar terdapat *1 queen bed* yang bisa sampai *3 orang*. Untuk fasilitas yang akan didapatkan tamu menginap dikamar ini adalah, *Bathroom, Bathtub, Sofa,*

Spacious walk-in wardrobe, Seating area inside room, working desk, Hairdryer, Safe Deposit Box, Pillow menu, 42' Adjustable wall mounted HD IPTV, Universal Power and USB charge, Pay per view movies, Mineral Water, Water heater, coffee, tea and Free Wi-Fi Access.

2) F&B Outlet

Swiss-belresort Pecatu memiliki banyak *outlet – outlet* seperti *Restaurant, Cinnamon Bar, dan Lemongrass Pool Bar*. Berikut penjelasan mengenai *outlet – outlet* yang dimiliki Swiss -belresort Pecatu, yaitu:

a) *Swiss Cafe*

Konsep *Swiss Cafe* tersebut merupakan perpaduan unsur etnik antara pola Jawa Kawung dan Ikat Bali pada meja dan kursi. Kombinasi lebih lanjut dari kayu dan cermin di langit-langit serta partisi transparan menambah suasana dinamis dalam nuansa coklat dan abu-abu. *Swiss-cafe Restaurant* memulihkan energi, baik untuk tubuh dengan masakan kontemporer maupun jiwa dengan pemandangan *golf, garden, dan pool* yang menyegarkan. *Swiss Cafe* terbuka sepanjang hari untuk melayani sarapan setiap hari dari jam 6.30 pagi - 11 pagi hingga makan malam dari jam 6 sore - 11 malam dengan 45 kapasitas tempat duduk dalam ruangan 10 tempat duduk diluar ruangan.

b) *Cinnamon Bar*

Cinnamon Bar terletak di area *lobby* dekat dengan *swiss cafe*, menyediakan fasilitas non-AC tanpa harus khawatir terkena paparan sinar matahari, dan diiringi dengan angin sepoi-sepoi dengan tempat duduk luar

ruangan yang dapat dinikmati dengan melihat pemandangan *pool* dan *golf*. Lingkungan yang hijau & dingin membantu kami untuk bersantai dan menikmati tempat saat kami menikmati alam alami.

c) *Lemongrass Pool Bar*

Terletak di *lobby* lantai bawah tanah dengan 16 kapasitas tempat duduk luar ruangan yang langsung dengan *pool*. Lemongrass Pool Bar buka mulai pukul 08.00 hingga 18.00. Melayani: Sarapan pagi (Breakfast), Makan siang (*Lunch*), *Afternoon tea*, Lemongrass Pool Bar menyediakan fasilitas non-AC tanpa harus khawatir terkena paparan sinar matahari dan menyajikan aneka macam makanan dan minuman, dan juga memudahkan tamu yang berenang ingin memesan makanan atau minuman bisa langsung memesan di Lemongrass tanpa harus ke *Restaurant*.

3) Fasilitas pendukung dan *Recreation*

a) *Mice*

Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki 1 *ballroom* dan 5 ruang *meeting* kecil yang digunakan untuk *gathering* / *conference* dan menyelenggarakan *event* tergantung kapasitas dan fasilitas yang digunakan.

b) *Lavender Spa*

Lavender Spa adalah Spa yang dimiliki oleh Swiss-belresort Pecatu. *Lavender Spa* ini adalah tempat yang tepat untuk memanjakan para pengunjung dengan menggunakan bahan aktif alami terbaik, bersama dengan pendekatan holistik Asia untuk kesejahteraan, produk membantu

mengembalikan keseimbangan alami tubuh dan pikiran. *Lavender Spa* memiliki 3 kamar perawatan. Layanan mencakup *massage, facial, body wrap*, dan *body scrub*. Spa ini menyediakan aneka terapi perawatan, salah satunya adalah aromaterapi. *Lavender Spa* ini buka dari pukul 09.00 Am - 06.00 Pm.

c) *Fit and Fresh (GYM)*

Healty Club adalah sebuah fasilitas *fitness* atau gym yang dapat diakses oleh tamu yang menginap di hotel menggunakan kunci kamar dengan buka 24 jam.

d) *Main Pool*

Main Pool adalah kolam renang khusus untuk tamu yang menginap di Hotel. Swiss-belresort Pecatu memiliki 4 *main pool* untuk anak – anak dan dewasa. Dan dibuka dari pukul 08.00 Am – 18.00 Pm.

e) *Garden Venue*

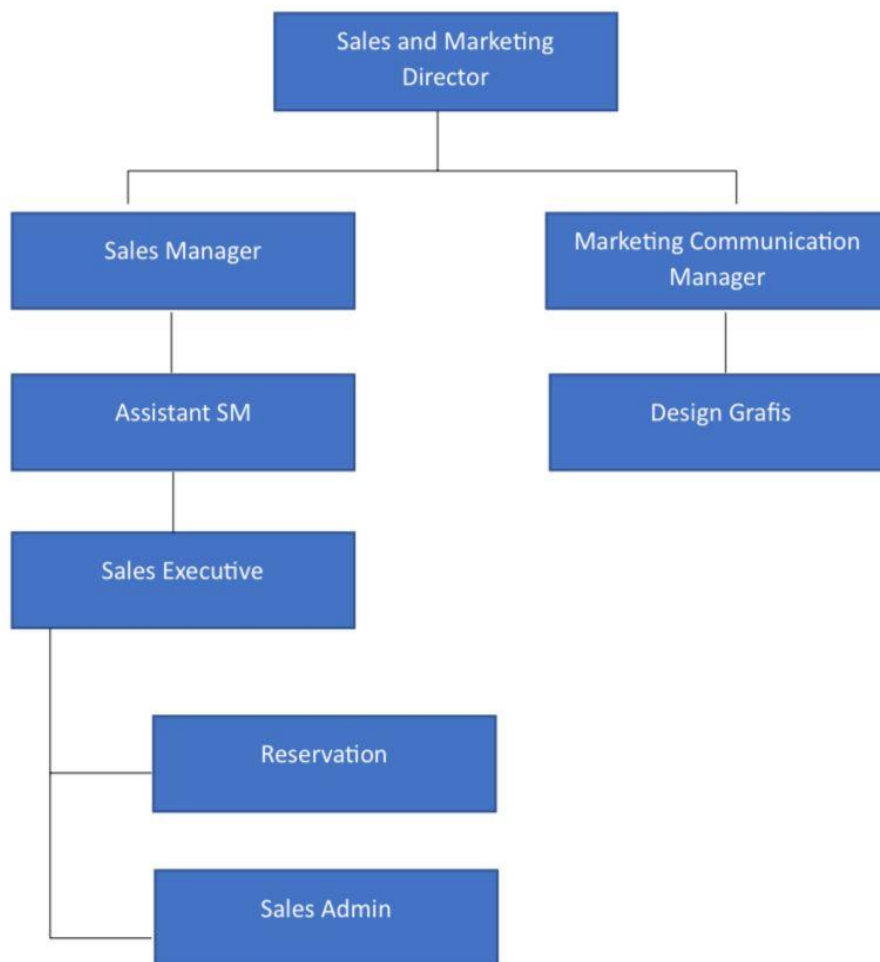
Swiss-belresort Pecatu memiliki *Garden* yang luas, *Garden* biasanya menjadi *venue* untuk *wedding, gala dinner* ataupun *event- event* yang lain yang ingin dilakukan di *outdoor*.

f) *Resort Activities*

Resort Activities adalah sebuah kegiatan yang disediakan untuk tamu yang menginap dan tidak dikenakan biaya.

4.1.3 Struktur Organisasi

Untuk menggambarkan posisi dan juga pembagian dalam menjalankan pekerjaan tentunya perusahaan wajib memiliki struktur organisasi perusahaan. Adapun struktur organisasi yang terdapat pada Hotel Swiss-belresort Pecatu khususnya pada *Sales and Marketing Department* adalah sebagai berikut:



Gambar 4.3 Struktur Organisasi *Sales and Marketing Department*

Sumber: Laporan Hotel Swiss-belresort Pecatu, 2023

4.1.4 Job Description

Berdasarkan struktur organisasi di atas, berikut merupakan uraian tugas dari masing-masing jabatan, diantaranya:

1. *Sales and Marketing Director*

Berikut merupakan tugas dan tanggung jawab sebagai *Sales and Marketing Director* di Hotel Swiss-belresort Pecatu

- a. Mengontrol, mengevaluasi, merevisi dan menyetujui program-program marketing
- b. Mengontrol dan memastikan program kerja marketing mendukung kelancaran *team sales*
- c. Mengontrol data-data *marketing*, menganalisa, mengevaluasi dan menggunakan data-data *research marketing & sales* dan membuat rencana-rencana atau strategi-strategi baru yang dibutuhkan
- d. Mengontrol pengeluaran biaya agar sesuai dengan sistem budget dan mengontrol biaya *marketing & sales* yang efisien
- e. Menyusun *strategi after sales product*

2. *Sales Manager*

- a. Bertanggung jawab atas *Travel Agent, Corporate, Governmen*
- b. Menyetujui harga *bottom* yang ditawarkan oleh tamu
- c. Menyetujui segala kegiatan yang akan dilaksanakan oleh *Public Relation* maupun *Sales*
- d. Memimpin seluruh Sumber Daya Manusia *Sales & Marketing*
- e. Bertanggung jawab langsung kepada *General Manager*

3. *Asisten Manager*

- a. Bertugas untuk melakukan sebuah perencanaan dan implementasi strategi penjualan
- b. Membantu koordinasi antar tim *sales*
- c. Melakukan sebuah analisis penjualan
- d. Bertanggung jawab penuh untuk mengontrol tim *sales*
- e. Membantu memimpin, mengarahkan dan memberikan motivasi kepada tim sales agar mereka bisa mencapai target penjualan yang diinginkan oleh perusahaan
- f. Melakukan pengawasan kinerja tim sales yang menjadi bawahannya

4. *Sales Executive*

- a. Masing – masing SE mempunyai tugas masing seperti bertanggung jawab atas *Corporate*, maupun *Government*
- b. Bertanggung jawab atas *event* yang sedang berlangsung
- c. Melakukan *follow up event*
- d. Mengawasi jalannya persiapan yang dilakukan oleh masing – masing department sebelum *event* berlangsung
- e. Mengawasi jalannya *event*
- f. Memastikan *event* berjalan dengan lancar dan memuaskan

5. *Reservation*

- a. Menjual produk hotel dengan cara melakukan teknik penjualan
- b. Mempromosikan produk dan fasilitas hotel

- c. Mempertahankan pengetahuan tentang produk dan pelayanan yang ada di hotel seperti harga & fasilitas promosi, harga khusus dll
- d. Menjalin hubungan yang baik dengan tamu serta mengantisipasi kebutuhan tamu
- e. Mencatat dan memproses pemesanan yang dilakukan dengan berbagai macam media
- f. Menerima pemesanan kamar yang ada dalam daftar tunggu (*waiting list*)
- g. Memproses perubahan pemesanan kamar
- h. Mencatat metode pembayaran yang sudah di atur khusus untuk tamu rombongan dan konvensi
- i. Melakukan tindakan pencegahan untuk menghindari tamu *no show*
- j. Meminta persetujuan FOM atau finance manager untuk pemesanan kamar yang menginginkan pembayaran kredit
- k. Membuat laporan reservasi
- l. Mengarsip data pemesanan kamar secara akurat

6. *Sales Admin*

- a. Menyiapkan Report – report BEO, GRM, Amendment, Breakdown
- b. Merekap semua laporan *event*
- c. Menyiapkan berkas – berkas yang diperlukan guna pembayaran
- d. Bertanggung jawab atas laporan yang dilakukan tim penjualan dan pemasaran

- e. Bertanggung jawab terhadap laporan mingguan dan bulanan *sales & marketing department* yang dikirimkan kepada *General Manager*
- f. Bertanggung jawab atas materi yang disiapkan untuk *sales meeting*

7. *Marketing Communication Manager*

- a. Menganalisis perilaku konsumen, termasuk kebutuhan dan kesukaannya
- b. Mengkomunikasikan atau mempromosikan produk perusahaan
- c. Membentuk pangsa pasar yang loyal
- d. Membentuk opini publik
- e. Menunjang program atau rencana perusahaan
- f. Mempertahankan tingkat permintaan
- g. Membuat marketing plan
- h. Membuat strategi untuk meningkatkan penjualan, mengangkat produk yang dipasarkan, serta *branding*
- i. Memonitoring *digital traffic*
- j. Membuat program atau acara yang kreatif

8. *Design Grafis*

- a. Bertanggung jawab atas desain untuk dekorasi bagian hotel saat *event* seperti hari raya Idul Fitri, Idul Adha, Natal, Tahun Baru, dll
- b. Bertanggung jawab atas design backdrop grup yang akan melaksanakan event
- c. Menyiapkan *backdrop*
- d. Bertanggung jawab untuk design promo di setiap *department*

- e. Bertanggung jawab atas percetakan. Mulai dari mengirim *design* ke percetakan hingga pengambilan.

4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat dijabarkan hasil penelitian sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah tamu sedang yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu dan telah merasakan pelayanan yang diberikan oleh Hotel Swiss-belresort Pecatu. Dalam penyebaran kuesioner ini, penulis dibantu oleh pihak manajemen hotel agar jumlah responden dalam penelitian ini terpenuhi. Penyebaran kuesioner ini dilakukan di Hotel Swiss-belresort Pecatu. dengan jumlah 100 responden. Berikut adalah penjabaran mengenai karakteristik responden.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan, didapati gambaran berikut dan hasil output SPSS 27 berdasarkan jenis kelamin, selengkapnya terdapat pada lampiran.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	45	45%
2	Perempuan	55	55%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu 55 orang atau sebesar 55% sedangkan responden laki-laki yaitu 45 orang atau sebesar 45%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia responden dalam penelitian ini dapat menentukan perbedaan pendapat atau pandangan dalam Kualitas Pelayanan yang dirasakan. Berikut merupakan keberagaman usia responden yang telah mengisi kuesioner pada penelitian ini, selengkapnya terdapat pada lampiran.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Jumlah	Presentase (%)
1	<20 Tahun	1	1%
2	20-30 Tahun	58	58%
3	31-40 Tahun	33	33%
4	>40 Tahun	8	8%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden yang mendominasi adalah responden dengan rentang usia 20-30 tahun sebesar 58 orang atau 58%

sedangkan rentang usia yang paling sedikit dalam pengisian kuesioner adalah usia yang <20 Tahun dengan jumlah 1 atau 1%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Dalam penelitian ini penulis membedakan berdasarkan pendidikan responden menjadi 5 (lima), yaitu SMP, SMA/SMK, D1/D2/D3, D4/S1, dan S2. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, berikut gambaran dan hasil output SPSS 27 berdasarkan pendidikan, selengkapnya terdapat pada lampiran.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Jenis Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1	SMP	0	0%
2	SMA/SMK	7	7%
3	D1/D2/D3	6	6%
4	D4/S1	62	62%
5	S2	25	25%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa responden yang mendominasi adalah responden dengan jenis pendidikan yaitu D4/S1 sebesar 62 orang atau 62% sedangkan jenis pendidikan yang paling sedikit dalam pengisian kuesioner adalah SMP dengan jumlah 0 atau tidak ada.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian ini penulis membedakan pekerjaan responden menjadi 4 (empat), yaitu pelajar/mahasiswa, wiraswasta, pegawai negeri, karyawan swasta.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, berikut gambaran dan hasil output SPSS 27 berdasarkan pekerjaan, selengkapnya terdapat pada lampiran.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	20	20%
2	Wiraswasta	22	22%
3	Pegawai Negeri	23	23%
4	Karyawan Swasta	35	35%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Dari Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa responden yang mendominasi adalah responden dengan pekerjaan karyawan swasta dengan jumlah 35 atau sebesar 35%, sedangkan pekerjaan yang paling sedikit adalah pelajar/Mahasiswa dengan jumlah 20 atau persentase sebesar 20%.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap

Dalam penelitian ini penulis juga menyebar tujuan para tamu menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu dari hasil tersebut penulis simpulkan apa saja tujuan menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu. berikut gambaran dan hasil output SPSS 27, selengkapnya terdapat pada lampiran.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap

No	Tujuan Menginap	Jumlah	Presentase (%)
1	Liburan	50	50%
2	Bisnis	35	35%
3	Wedding	4	4%

4	Honeymoon	5	5%
5	Studi Tour	5	5%
6	Pelatihan	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi yaitu tamu yang berlibur di Bali dengan jumlah responden berjumlah 50 responden atau 50%. Sedangkan yang paling sedikit yaitu pelatihan dimana hanya terdapat 1 responden atau 1% tamu yang tujuan menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu.

4.2.2 Uji Instrumen Penelitian

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif dapat dilakukan dengan menggunakan software khusus untuk analisis data yang dinamakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 27, dengan hasil teknik analisis sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel, (df) = $100 - 2 = 98$ dengan $\alpha = 0,05$. Dalam uji validitas ini, apabila nilai r hitung $>$ r tabel, item instrumen dikatakan valid. Jika r hitung $<$ r tabel, item instrumen dikatakan valid. Jika r hitung $<$ r tabel, item instrumen dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas instrumen dapat dilihat pada berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	r hitung		r tabel	Keterangan
		Harapan	Kenyataan		
<i>Tangibles</i>	Item 1	0.532	0.477	0.195	Valid
	Item 2	0.423	0.403	0.195	Valid
	Item 3	0.482	0.365	0.195	Valid
	Item 4	0.558	0.509	0.195	Valid
	Item 5	0.478	0.458	0.195	Valid
	Item 6	0.599	0.507	0.195	Valid
<i>Reliability</i>	Item 1	0.475	0.529	0.195	Valid
	Item 2	0.464	0.493	0.195	Valid
	Item 3	0.678	0.635	0.195	Valid
	Item 4	0.638	0.568	0.195	Valid
<i>Responsiveness</i>	Item 1	0.434	0.583	0.195	Valid
	Item 2	0.556	0.536	0.195	Valid
	Item 3	0.630	0.640	0.195	Valid
	Item 4	0.670	0.652	0.195	Valid
	Item 5	0.545	0.639	0.195	Valid
<i>Assurance</i>	Item 1	0.669	0.554	0.195	Valid
	Item 2	0.478	0.596	0.195	Valid
	Item 3	0.527	0.529	0.195	Valid
<i>Empathy</i>	Item 1	0.610	0.547	0.195	Valid
	Item 2	0.536	0.638	0.195	Valid
	Item 3	0.623	0.632	0.195	Valid
	Item 4	0.391	0.597	0.195	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa seluruh koefisien korelasi dari indikator variabel yang diuji dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung lebih besar dari r

tabel = 0,195. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator yang terdapat pada penelitian ini terbukti dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan kuesioner penelitian yang dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian bersifat reliabel atau tidak. Uji reliabilitas mengacu pada nilai alpha, interpretasi terhadap reliabilitas variabel dapat dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* > 0,60. Apabila *Cronbach's Alpha* < 0,60 variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach		Keterangan
	Harapan	Kenyataan	
<i>Tangibles</i>	0.727	0,689	Reliabel
<i>Reliability</i>	0.722	0,744	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.769	0.776	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,662	0,699	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,681	0.744	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4.7 dapat dilihat berdasarkan diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel penelitian yaitu variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* menunjukkan lebih besar dari nilai 0,6. Dengan demikian jawaban-jawaban responden dari variabel-variabel penelitian reliabel, sehingga kuesioner reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2.3 Gap Analysis pada kualitas pelayanan di Hotel Swiss-belresort

Pecatu

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode servqual. Metode Servqual dimaksudkan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan gap harapan pelanggan dengan gap persepsi pelanggan. Metode terdiri dari dua langkah utama, yaitu mendapatkan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan. Hasil dari analisis servqual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Analisis Servqual (GAP)

Atribut	Harapan	Persepsi	Gap
Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)			
Lokasi lobby yang strategis dan mudah dijangkau	4.21	4.27	0.06
Interior hotel (kamar, loby, restaurant, dan ruang meeting) selalu terlihat rapi dan menarik	4.22	3.77	-0.45
Kamar hotel yang nyaman dan aman	4.06	3.65	-0.41
Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki peralatan yang cukup lengkap.	4.16	3.82	-0.34
Fasilitas pendukung seperti wifi berfungsi dengan baik.	4.07	3.64	-0.43
Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki karyawan/staff yang berpenampilan bersih, rapi, dan menarik	4.35	4.01	-0.34
Rata-rata	4.18	3.86	-0.32

Kehandalan (<i>Reliability</i>)			
Hotel Swiss-belresort Pecatu menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan	4.46	4.23	-0.23
Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu dapat diandalkan/dipercaya	4.15	3.99	-0.16
Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	4.27	4.18	-0.09
Hotel Swiss-belresort Pecatu mempunyai karyawan/staff yang memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan	4.16	4.05	-0.11
Rata-rata	4.26	4.11	-0.15
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)			
Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu selalu siap dalam memberikan pelayanan dan informasi dengan jelas	4.37	4.28	-0.09
Ketanggapan receptionist dalam melakukan proses check-in dan check-out	4.11	3.98	-0.13
Kemampuan karyawan/staff hotel cepat tanggap saat menerima keluhan dari pelanggan	3.86	3.96	0.10
Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu selalu bersedia dalam membantu pelanggan	3.89	3.95	0.06
Karyawan/staff hotel menanggapi setiap permintaan secara cepat kepada pelanggan	4.02	3.8	-0.22
Rata-rata	4.05	3.99	-0.06
Jaminan (<i>Assurance</i>)			
	4.26	4.22	-0.04

Profesionalisme dan pengetahuan yang luas dari para karyawan/staff			
Jaminan kepuasan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan	3.96	3.84	-0.12
Karyawan/staff yang bersikap ramah, sopan, dan santun	3.83	3.85	0.02
Rata-rata	4.02	3.97	-0.05
Empati (<i>Empathy</i>)			
Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan	4.39	4.14	-0.25
Memberikan perhatian personal terhadap keluhan dan permasalahan yang dihadapi pelanggan	4.09	4.03	-0.06
Kemudahan dalam melakukan komunikasi antara karyawan, staff dengan pelanggan	4.13	3.97	-0.16
Karyawan/staff hotel memahami kebutuhan para pelanggan	3.95	3.71	-0.24
Rata-rata	4.14	3.96	-0.18

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis di atas maka dapat diperoleh hasil dari indikator-indikator kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki oleh Hotel Swiss-belresort Pecatu. Nilai Servqual per atribut didapatkan dari selisih antara nilai persepsi dan harapan. Atribut yang memiliki kesenjangan (gap) terbesar maka diperlukan perbaikan utama. Indikator-indikator tersebut dapat diketahui dengan melihat hasil gap negatif pada semua indikator kecuali ada beberapa dari indikator masing-masing dimensi yang memiliki gap positif yang dapat dilihat pada tabel di atas.

Selain nilai yang positif mengindikasikan bahwa secara keseluruhan layanan yang disediakan belum memenuhi ekspektasi pelanggan.

Secara umum *Gap Analysis* pada kualitas pelayanan sudah diterapkan oleh semua *department* dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa *department* yang secara langsung berhubungan dengan tamu yang dimana kualitas pelayanan maupun kualitas produk yang disediakan dirasakan langsung oleh tamu yaitu *Front office department*, *housekeeping department*, *food and beverage department*. Ketiga *department* sudah menerapkan kualitas pelayanan yang mengutamakan kepuasan tamu dengan harapan dapat meningkatkan loyalitas tamu yang berkunjung. Kualitas pelayanan dapat dikatakan dengan baik apa bila sesuai dengan harapan tamu, karena kualitas pelayanan sangat penting terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang *hospitality*. Hal tersebut dikatakan langsung oleh Bapak Anggiat selaku *Manager Front Office Department* dalam wawancara pada tanggal 8 Juni 2023 di Hotel Swiss-belresort Pecatu menyatakan bahwa: “Kualitas pelayanan tentunya sangat penting karena bergerak dibidang *hospitality industry* dimana kualitas pelayanan ibarat kunci utama dari perhotelan, yang membedakan jasa kita dengan jasa-jasa yang lain adalah pelayanan yang lebih baik”

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan pada suatu Hotel, bagaimana jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Berdasarkan wawancara pada tanggal 8 Juni 2023 di Hotel Swiss-belresort Pecatu oleh Ibu Cut Rossi selaku *Director Sales and Marketing* menyatakan bahwa: “Our

service not meet guest satisfaction. Jadi pada saat tamu *check-in* pertama apabila *new guest* selalu *look after guest* selama *in house* meskipun cuma sehari pun, dan kita akan tau *guest* ini *satisfactionnya* apa, jika tidak sesuai kita pasti akan selalu berusaha semaksimal mungkin menemui *guestnya* di dalam Hotel tidak boleh diluar Hotel, karena jika diluar Hotel kita tidak bisa *make it try* dan jika masih di dalam Hotel kita tau apa yang tidak sesuai dan tidak benar mungkin terjadinya *miss communication*, permintaan yang berbeda kita langsung *handle carefully to make it try* dengan cara melakukan *meeting, recovery* begitu caranya untuk *how to handle complaint*. Inti nya *make it try* selama tamu itu masih in-house untuk *appoint adanya negatif review*". Jadi dapat disimpulkan apabila kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai maka harus melakukan *recovery* atau memperbaiki kualitas yang mana pelanggan merasa tidak puas selama tamu masih berada di area Hotel.

Untuk melihat apakah kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan, hal tersebut dapat diuji berdasarkan *servqual*. Analisis *servqual* dilakukan dengan melihat kesenjangan (GAP) yang terjadi antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Terjadinya kesenjangan karena terdapat gap yang bernilai negatif. Semakin kecil nilai gap maka semakin sedikit nilai kesenjangan yang terjadi artinya pelayanan yang diberikan semakin mendekati harapan pelanggan. Sedangkan besarnya nilai gap positif berarti semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Adapun gap analisis yang terjadi berdasarkan dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Tangible atau bukti fisik jika dilihat pada tabel 4.9, terlihat bahwa kesenjangan terbesar terjadi pada atribut Interior hotel (kamar, loby, restaurant, dan ruang meeting) selalu terlihat rapi dan menarik dengan nilai kesenjangan -0,45. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa desain interior dari ruangan hotel tersebut terlihat kurang menarik mungkin dari penataan dekorasi yang kurang tepat dan kurang terlihat elegan. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah Lokasi lobby yang strategis dan mudah dijangkau dengan memiliki nilai kesenjangan yaitu 0,06. Dimana lobby hotel tempatnya sangat terjangkau mulai dari area parkir, kamar, *basement*, maupun *pool* dan *garden area lobby* yang tidak terlalu jauh dan mudah dijangkau jika para tamu perlu sesuatu atau meminta sesuatu melalui *receptionist* hal tersebut dapat dikatakan bahwa hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap atribut ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah Interior hotel (kamar, loby, restaurant, dan ruang meeting) selalu terlihat rapi dan menarik dengan nilai kesenjangan -0,45, Fasilitas pendukung seperti wifi berfungsi dengan baik dengan nilai kesenjangan -0,43, Kamar hotel yang nyaman dan aman dengan nilai -0,41, Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki peralatan yang cukup lengkap dan Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki karyawan/staff yang berpenampilan bersih, rapi, dan menarik dengan memiliki nilai kesenjangan yang sama yaitu -0,34 dan Lokasi lobby yang strategis dan mudah dijangkau dengan nilai 0,06. Skor rata-

rata dimensi *Tangible* untuk persepsi 3.86 dan untuk harapan 4.18 dengan rata-rata nilai gap yaitu -0,34. Dapat dilihat dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan untuk dimensi *tangible* belum berjalan maksimal dalam menjalankan kualitas pelayanan dan masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

2. **Kehandalan (*Reliability*)**

Dilihat pada tabel 4.9, terlihat bahwa kesenjangan terbesar terjadi pada atribut Hotel Swiss-belresort Pecatu menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan dengan kesenjangan -0,23. Dilihatnya dari nilai kesenjangan tersebut dapat diartikan bahwa pihak hotel tidak menyelesaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan, seperti misalnya kamar yang belum *ready* tepat waktu yang seharusnya kamar sudah harus *ready* yang mengikuti standar *check-in*, hal tersebut dapat dirasakan oleh pelanggan sehingga hal tersebut perlu diperbaiki lagi. Kemudian atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah Karyawan/staf Hotel Swiss -belresort Pecatu memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Jika memberikan pelayanan dengan baik sudah diterapkan dengan baik yang dapat dilihat dari nilai kesenjangan yang kecil, namun juga perlu ditingkatkan agar sesuai dalam menyelesaikan suatu pelayanan yang tepat waktu juga agar para tamu/pelanggan juga merasa puas sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah Hotel Swiss-belresort Pecatu menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan dengan nilai kesenjangan

-0,23, Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu dapat diandalkan/ dipercaya dengan nilai kesenjangan -0,16, Hotel Swiss -belresort Pecatu mempunyai karyawan/staff yang memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan dengan nilai kesenjangan -0,11 dan Karyawan/staff Hotel Swiss -belresort Pecatu memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan dengan nilai kesenjangan -0,19. Skor rata-rata dimensi Keandalan (*Reliability*) untuk persepsi 4.11 dan untuk harapan 4.26 dengan rata-rata nilai gap -0,15. Dapat dilihat dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan untuk dimensi Keandalan (*Reliability*) belum berjalan maksimal dalam menjalankan kualitas pelayanan dan masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Dilihat pada tabel 4.9, terlihat bahwa kesenjangan terbesar terjadi pada atribut Karyawan/staff hotel menanggapi setiap permintaan secara cepat kepada pelanggan dengan nilai kesenjangan -0,22. Berdasarkan hal tersebut membuktikan pelanggan merasa jika para karyawan belum memiliki tingkat ketanggapan yang cukup dalam menanggapi setiap permintaan pelanggan secara cepat. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah Kemampuan karyawan/staff hotel cepat tanggap saat menerima keluhan dari pelanggan dengan nilai kesenjangan 0,10. Hal tersebut membuktikan bahwa pelanggan merasa cukup puas terhadap atribut ini, namun harus tetap dipertahankan atau lebih ditingkatkan lagi dalam memahami dan menerima

segala keluhan dari pelanggan/ tamu yang menginap di hotel Swiss-belresort Pecatu. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah Karyawan/staff hotel menanggapi setiap permintaan secara cepat kepada pelanggan dengan nilai kesenjangan -0,22. Ketanggapan receptionist dalam melakukan proses *check -in* dan *check – out* dengan nilai kesenjangan -0, 13, Karyawan/staff Hotel Swiss -belresort Pecatu selalu siap dalam memberikan pelayanan dan informasi dengan jelas dengan nilai -0,09, Karyawan/staff Hotel Swiss -belresort Pecatu selalu bersedia dalam membantu pelanggan dengan nilai 0,06 dan Kemampuan karyawan/staff hotel cepat tanggap saat menerima keluhan dari pelanggan dengan nilai kesenjangan 0,10. Skor rata-rata dimensi Ketanggapan (*Responsiveness*) untuk persepsi 3,99 dan untuk harapan 4.05 dengan rata-rata nilai gap yaitu sebesar -0,06. Dapat dilihat dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan untuk dimensi Ketanggapan (*Responsiveness*) belum berjalan maksimal dalam menjalankan kualitas pelayanan dan masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Dimensi *Assurance* yang dapat dilihat pada tabel 4.9, terlihat bahwa kesenjangan terbesar terjadi pada atribut Jaminan kepuasan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan dengan nilai kesenjangan -0,12. Hal tersebut berarti kurangnya kepercayaan dan kepuasan pelayanan yang diberikan kepada tamu sehingga tamu merasa kurang puas, maka hal tersebut perlu diperbaiki.

Sedangkan kesenjangan terkecil adalah Karyawan/staff yang bersikap ramah, sopan, dan santun dengan nilai kesenjangan $-0,02$. Dapat dilihat dari nilai kesenjangan bahwa masih ada beberapa karyawan Hotel yang kurang ramah dan sopan terhadap tamu, namun dilihat nilai kesenjangan yang kecil para tamu sudah merasa cukup puas dengan hal tersebut namun tetap perlu diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah Jaminan kepuasan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan dengan nilai kesenjangan $-0,12$, Profesionalisme dan pengetahuan yang luas dari para karyawan/staff dengan nilai kesenjangan $-0,04$, dan Karyawan/staff yang bersikap ramah, sopan, dan santun dengan nilai kesenjangan $-0,02$. Skor rata-rata dimensi Jaminan (*Assurance*) untuk persepsi $3,97$ dan untuk harapan $4,02$ dengan nilai rata-rata kesenjangan $-0,05$. Dapat dilihat dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan untuk dimensi *Assurance* belum berjalan maksimal dalam menjalankan kualitas pelayanan dan masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

5. Empati (*Empathy*)

Dilihat pada tabel 4.9, terlihat bahwa kesenjangan terbesar terjadi pada atribut Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan dengan nilai kesenjangan yaitu $-0,25$. Berdasarkan hal tersebut pelanggan merasa kurangnya perhatian individual dari para karyawan bisa saja perhatian individual yang diberikan kurang sopan atau kurang ramah dalam memahami keluhan para

pelanggan. Kemudian nilai kesenjangan terkecil yaitu Memberikan perhatian personal terhadap keluhan dan permasalahan yang dihadapi pelanggan dengan nilai kesenjangan sebesar -0,06. Hal tersebut dapat dilihat bahwa tamu merasa puas dengan kedekatan personal para karyawan dalam memahami permasalahan yang dihadapi tamu, namun belum berjalan maksimal dan masih perlu ditingkatkan dan diperbaiki lagi. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan dengan nilai kesenjangan yaitu -0,25, Karyawan/staff hotel memahami kebutuhan para pelanggan dengan nilai -0,24, Kemudahan dalam melakukan komunikasi antara karyawan, staff dengan pelanggan dengan kesenjangan yaitu -0,16, dan Memberikan perhatian personal terhadap keluhan dan permasalahan yang dihadapi pelanggan dengan nilai -0,06. Skor rata-rata dimensi *empathy* untuk persepsi 3,96 dan untuk harapan 4,14 dengan nilai gap rata-rata -0,18. Dapat dilihat dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan untuk dimensi *empathy* belum berjalan maksimal dalam menjalankan kualitas pelayanan dan masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan pelanggan.

Nilai servqual (gap) per dimensi didapatkan dari selisih antara nilai persepsi dan harapan per dimensi. Atribut yang memiliki kesenjangan (gap) terbesar diperlakukan perbaikan yang utama. Perhitungan nilai servqual (gap) dapat dilihat dibawah ini:

$$\text{Kualitas pelayanan (Q)} = \frac{\text{Penilaian Persepsi}}{\text{Harapan}}$$

Tabel 4.9 Perhitungan Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Kinerja (P)	Harapan (E)	Gap	Q=P/E
1	Tangible	3.86	4.18	-0.32	0.923813
2	Reliability	4.11	4.26	-0.15	0.965376
3	Responsiveness	3.99	4.05	-0.06	0.986173
4	Assurance	3.97	4.02	-0.05	0.988382
5	Empathy	3.96	4.14	-0.18	0.957126
Mean		3.98	4.13	-0.15	0.964174

Sumber: Data diolah 2023

Apabila nilai $(Q) > 1$, maka dapat dikatakan kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut baik. Dapat dilihat pada tabel 4.9 bahwa nilai $(Q) = 0.964174$ hal ini menunjukkan bahwa $(Q) < 1$ yang artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Swiss-belresort Pecatu kurang baik dan masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada perhitungan kualitas pelayanan, untuk keseluruhan mendapatkan nilai negatif (-) atau nilai Q kurang dari satu.

4.2.4 Importance Performance Analysis pada kualitas pelayanan di hotel Swiss-belresort Pecatu.

Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan (importance) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (performance). Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam Importance Performance Matrix atau sering disebut Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan. Rata-rata tingkat kinerja dipakai sebagai *cut-off* atau pembatas kinerja tinggi dan kinerja rendah, sedangkan rata-rata

tingkat kepentingan dipakai sebagai *cut-off* tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah.

Tabel 4.10 Hasil Importance and Performance Analysis (IPA)

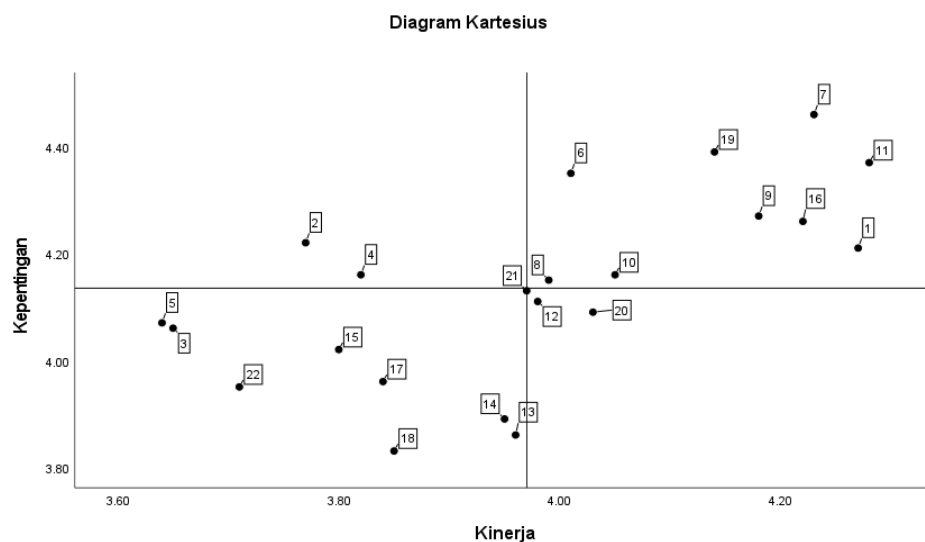
No	Atribut	Kepentingan (Y)	Kinerja (X)	Kuadran
Bukti Langsung (Tangible)				
1	Lokasi lobby yang strategis dan mudah dijangkau	4.21	4.27	B
2	Interior hotel (kamar, loby, restaurant, dan ruang meeting) selalu terlihat rapi dan menarik	4.22	3.77	A
3	Kamar hotel yang nyaman dan aman	4.06	3.65	C
4	Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki peralatan yang cukup lengkap	4.16	3.82	A
5	Fasilitas pendukung seperti wifi berfungsi dengan baik	4.07	3.64	C
6	Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki karyawan/staff yang berpenampilan bersih, rapi, dan menarik	4.35	4.01	B
	Rata-rata	4.18	3.86	
Kehandalan (Reliability)				
7	Hotel Swiss-belresort Pecatu menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan	4.46	4.23	B
8	Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu dapat diandalkan/ dipercaya	4.15	3.99	B
9	Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	4.27	4.18	B
10	Hotel Swiss-belresort Pecatu mempunyai karyawan/staff yang memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan	4.16	4.05	B

Rata-rata		4.26	4.11	
Ketanggapan (Responsiveness)				
11	Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu selalu siap dalam memberikan pelayanan dan informasi dengan jelas	4.37	4.28	B
12	Ketanggapan receptionist dalam melakukan proses check-in dan check-out	4.11	3.98	D
13	Kemampuan karyawan/staff hotel cepat tanggap saat menerima keluhan dari pelanggan	3.86	3.96	C
14	Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu selalu bersedia dalam membantu pelanggan	3.89	3.95	C
15	Karyawan/staff hotel menanggapi setiap permintaan secara cepat kepada pelanggan	4.02	3.8	C
Rata-rata		4.05	3.99	
Jaminan (Assurance)				
16	Profesionalisme dan pengetahuan yang luas dari para karyawan/staff	4.26	4.22	B
17	Jaminan kepuasan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan	3.96	3.84	C
18	Karyawan/staff yang bersikap ramah, sopan, dan santun	3.83	3.85	B
Rata-rata		4.02	3.97	
Empati (Empathy)				
19	Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan	4.39	4.14	B
20	Memberikan perhatian personal terhadap keluhan dan permasalahan yang dihadapi pelanggan	4.09	4.03	D
21	Kemudahan dalam melakukan komunikasi antara karyawan, staff dengan pelanggan	4.13	3.97	D

22	Karyawan/staff hotel memahami kebutuhan para pelanggan	3.95	3.71	C
Rata-rata		4.14	3.96	
Total		107.48	103.28	
Titik Potong (Rata-rata)		4.89	4.69	

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.9 maka diperoleh hasil rata-rata penilaian dari masing-masing indikator pada kualitas pelayanan untuk kebutuhan dan kinerja. Hasil dari rata-rata penilaian masing-masing indikator ini digunakan sebagai koordinat titik potong dan koordinat masing-masing variabel, maka unsur-unsur tersebut dibagi menjadi empat bagian diantaranya sebagai berikut:



Gambar 4.4 Diagram Kartesius Importance and Performance Analysis (IPA)

Sumber: Data diolah, 2023

Tahap *Importance performance Analysis* ini dilakukan dengan menghitung rata-rata untuk setiap atribut layanan dari variabel *importance* maupun

performance. Pada kenyataannya, atribut layanan yang dianggap sangat penting oleh pelanggan memberikan kinerja yang kurang baik. Maka dari itu, dibutuhkan perhatian yang lebih dari Hotel swiss-belresort Pecatu. Terdapatnya kesenjangan yang besar dari *variabel performance* dan juga *importance* sebagai gambaran bagi pihak Hotel dapat digunakan sebagai sumber prioritas perbaikan terhadap atribut layanan manakah yang dianggap penting dan perlu dalam perbaikan.

Berdasarkan *grafik Importance Performance Analysis (IPA)* pada gambar 4.4 diatas menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut dilakukan analisis kepentingan kinerja dan dijabarkan dalam diagram kartesius. Terdapat 2 atribut pada kuadran A, kemudian kuadran B dengan 9 atribut selanjutnya kuadran C sebanyak 8 atribut, dan yang terakhir kuadran D sebanyak 3 atribut. Dapat dilihat secara jelas bahwa atribut-atribut mana yang masuk dalam masing-masing kuadran yang ada dan adapun pengelompokan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan sehingga Hotel Swiss-belresort Pecatu harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Adapun atribut sebagai berikut:

- a. Interior hotel (kamar, loby, restaurant, dan ruang meeting) selalu terlihat rapi dan menarik (2)
- b. Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki peralatan yang cukup lengkap (4)

Dari kuadran A diketahui terdapat dua atribut yang berasal dari dimensi *tangible*. Jika dihubungkan dengan tabel perhitungan gap, maka semua atribut yang ada di kuadran A masih berselisih negatif diatas rata-rata -0,32.

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan keberadaan-keberadaan atribut layanan yang juga dianggap penting oleh pelanggan dan kinerjanya sudah dianggap baik oleh pelanggan, oleh karenanya Hotel Swiss-belresort Pecatu harus mempertahankan kinerja atribut ini supaya dapat terus menjadi lebih baik dan terus memenuhi apa yang menjadi harapan oleh para pelanggan. Hasil analisis menunjukkan adanya sembilan atribut dalam kuadran B yaitu:

- a. Lokasi lobby yang strategis dan mudah dijangkau Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu dapat diandalkan/ dipercaya (1)
- b. Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki karyawan/staff yang berpenampilan bersih, rapi, dan menarik (6)
- c. Hotel Swiss-belresort Pecatu menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan (7)
- d. Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu dapat diandalkan/ dipercaya (8)
- e. Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan (9)
- f. Hotel Swiss-belresort Pecatu mempunyai karyawan/staff yang memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan (10)

- g. Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu selalu siap dalam memberikan pelayanan dan informasi dengan jelas (11)
- h. Profesionalisme dan pengetahuan yang luas dari para karyawan/staff (16)
- i. Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan (19)

Dari kuadran B diketahui terdapat dua atribut yang berasal dari dimensi *tangible* (atribut pelayanan no 1 dan 6), kemudian 4 atribut berasal pada dimensi *reliabilitas* (atribut pelayanan no 7,8,9, dan 10), satu atribut berasal dari dimensi *responsiveness* (atribut pelayanan no 11), kemudian satu atribut berasal dari dimensi *assurance* (atribut pelayanan no 16) dan satu atribut berasal dari dimensi *empathy* (atribut pelayanan no 19). Jika dihubungkan dengan tabel perhitungan gap, maka semua atribut yang ada di dimensi *tangible* (atribut pelayanan no 1 dan 6) dengan nilai gap -0,32, kemudian pada dimensi *reliabilitas* (atribut pelayanan no 7,8,9, dan 10) dengan nilai gap -0,15, satu atribut berasal dari dimensi *responsiveness* (atribut pelayanan no 11) dengan nilai gap -0,09 kemudian satu atribut berasal dari dimensi *assurance* (atribut pelayanan no 16) dengan nilai gap-0,04 dan satu atribut berasal dari dimensi *empathy* (atribut pelayanan no 19) dengan nilai -0,25. Maka semua atribut di kuadran B masih berselisih negatif diatas rata-rata -0,15.

3. Kuadran C

Atribut pada kuadran ini dianggap tidak penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan atau biasa saja sehingga pihak Hotel tidak harus

memfokuskan pada perbaikan pada kuadran ini. Adapun atribut pada kuadran ini yaitu:

- a. Kamar hotel yang nyaman dan aman (3)
- b. Fasilitas pendukung seperti wifi berfungsi dengan baik (5)
- c. Kemampuan karyawan/staff hotel cepat tanggap saat menerima keluhan dari pelanggan (13)
- d. Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu selalu bersedia dalam membantu pelanggan (14)
- e. Karyawan/staff hotel menanggapi setiap permintaan secara cepat kepada pelanggan (15)
- f. Jaminan kepuasan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan (17)
- g. Karyawan/staff yang bersikap ramah, sopan, dan santun (18)
- h. Karyawan/staff hotel memahami kebutuhan para pelanggan (22)

Dari kuadran C diketahui terdapat dua atribut pada dimensi *tangible* (atribut pelayanan no 3 dan 5), kemudian tiga atribut pada dimensi *responsiveness* (atribut pelayanan no 13, 14 dan, 15), satu atribut pada dimensi *assurance* (atribut pelayanan no 17) dan satu atribut pada dimensi *empathy* (atribut pelayanan no 22). Jika dihubungkan dengan tabel perhitungan gap, maka semua atribut yang ada di dimensi *tangible* (atribut pelayanan no 3 dan 5) dengan nilai gap -0,41 dan -0,43, tiga atribut pada dimensi *responsiveness* (atribut pelayanan no 13,14 dan, 15) dengan rata-rata nilai gap -0,06, satu atribut pada dimensi *assurance* (atribut pelayanan no 17) memiliki nilai gap -0,04 dan satu atribut pada dimensi *empathy*

(atribut pelayanan no 22) dengan nilai -0,24. Maka semua atribut di kuadran C masih berselisih negatif.

4. Kuadran D

Atribut pada kuadran D menunjukkan keberadaan atribut pelayanan menurut pelanggan kinerjanya sudah baik bahkan cenderung melebihi apa yang diinginkan pelanggan karena sebenarnya pelanggan tidak terlalu mempunyai harapan pada atribut layanan ini. Sehingga tidak perlu memberikan fokus pada atribut yang berada pada kuadran D. Adapun atribut yang berada pada kuadran ini yaitu:

- a. Ketanggapan receptionist dalam melakukan proses check-in dan check-out (12)
- b. Memberikan perhatian personal terhadap keluhan dan permasalahan yang dihadapi pelanggan (20)
- c. Kemudahan dalam melakukan komunikasi antara karyawan, staff dengan pelanggan (21)

Dari kuadran D diketahui terdapat satu atribut pada dimensi *responsiveness* (atribut pelayanan no 2), dan dua atribut pada dimensi *empathy* (atribut pelayanan no 20 dan 21).

4.2.5 Perumusan Strategi dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan.

Berdasarkan gambar 4.4 dari hasil diagram kartesius menunjukkan posisi atribut kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Hotel Swiss-belresort Pecatu berdasarkan tingkat kepuasan dan tingkat harapan terdapat pada kuadran A

sebanyak 2 atribut, kemudian kuadran B dengan 9 atribut selanjutnya kuadran C sebanyak 8 atribut, dan yang terakhir kuadran D sebanyak 3 atribut. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui atribut yang harus dilakukan perbaikan yaitu atribut yang memiliki nilai gap negatif. Akan tetapi hal tersebut memerlukan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Maka dapat diperlakukan urutan atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukannya perbaikan. Kuadran A mempunyai tingkat kepentingan sangat penting merupakan prioritas untuk ditingkatkan (prioritas utama) faktor-faktor yang terletak dalam kuadran ini dianggap faktor yang penting dan atau diharapkan oleh pelanggan tetapi kondisi kinerja yang ada pada saat ini belum memuaskan. Kuadran B mempunyai tingkat kepentingan kurang penting (prioritas kedua) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang sebagai kepuasan konsumen. Kuadran C mempunyai tingkat kepentingan kurang penting (prioritas rendah) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kinerja yang rendah dianggap tidak terlalu penting, tetapi pihak hotel juga harus memperhatikan serta memperbaikinya karena dimasa yang akan datang akan menjadi tuntutan dalam meningkatkan kualitas kinerja suatu perusahaan, dan pada kuadran D mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah) faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting. Terdapat gambar guna menjelaskan dari masing-masing kuadran atau pengambilan keputusan Importance Performance Analysis sebagai berikut:

<p>Kuadran A</p> <p>Prioritas Utama</p> <p><i>(Concentrate Here)</i></p> <p>2, dan 4</p>	<p>Kuadran B</p> <p>Pertahankan Prestasi</p> <p><i>(Keep Up The Good Work)</i></p> <p>1,6,7,8,9,10,11,16,19</p>
<p>Kuadran C</p> <p>Prioritas Rendah</p> <p><i>(Low Priority)</i></p> <p>3,5,13,14,15,17,18,22</p>	<p>Kuadran D</p> <p>Berlebihan</p> <p><i>(Possible Overkill)</i></p> <p>12,20,21</p>

Gambar 4.5 Kuadran *Importance Performance Analysis* untuk Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil analisis metode uji gap dan *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan tingkat pelayanan Hotel Swiss-belresort Pecatu belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan. Dimana uji gap antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan secara keseluruhan hampir memiliki nilai *gap* negatif yang artinya terdapatnya kesenjangan antara atribut pelayanan yang dirasakan oleh tamu dengan atribut pelayanan yang diharapkan tamu. Pada tahap ini, atribut mana yang diprioritaskan dan mengusulkan untuk perbaikan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan pada Hotel Swiss-belresort Pecatu. Pemetaan ini digambarkan dengan diagram kartesius sebagai penggambaran terhadap beberapa atribut yang masuk ke dalam kuadran A, B, C, D. Pada perumusan strategi ini merupakan usulan prioritas perbaikan berdasarkan identifikasi faktor kualitas pelayanan yang dianggap paling penting oleh para pelanggan, penelitian ini akan menjabarkan secara keseluruhan pada kuadran A dan

B, sehingga tidak terjadi penilaian secara subjektif, yang keterkaitan antara hasil penelitian sesuai analisis kesenjangan, kesesuaian dari pelanggan Swiss-belresort pecatu. Hal tersebut diharapkan akan menjadi masukan untuk pihak Hotel yang diurut berdasarkan pemetaan prioritas berdasarkan *Importance Performance Analysis* menurut Tjiptono, 2012. Berikut penjabaran perbaikan dari masing-masing kuadran diantaranya:

1. Kuadran A

Menunjukkan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan, akan tetapi pelaksanaannya/ kinerjanya dianggap tidak memuaskan atau tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Oleh karena itu pihak Hotel harus berkonsentrasi dan memprioritaskan peningkatan kinerjanya pada atribut-atribut yang ada pada kuadran ini agar sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun usulan perbaikan pada kuadran ini yaitu:

- a. Interior hotel (kamar, loby, restaurant, dan ruang meeting) selalu terlihat rapi dan menarik

Dimana salah satu yang dicari para tamu menginap di suatu hotel adalah kebersihan jika Hotel yang bersih, rapi dan menarik pasti mendapatkan *point plus* karena menunjang kenyamanan bagi para tamu yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu. Dengan dilihatnya nilai kesenjangan pada atribut ini yaitu bernilai -0,45 pihak hotel harus lebih memperhatikan interior hotel seperti kamar, lobby, restaurant, dan ruang meeting harus selalu terlihat rapi dan menarik. Menjaga kebersihan dari masing-masing ruangan tersebut,

menambahkan dekorasi mungkin seperti lukisan di masing-masing kamar, mengisikan vas bunga atau hiasan meja di *restaurant* ketika pada saat para tamu *breakfast* disediakan *buffet* makanan yang di tata seindah mungkin, adanya *live cooking* agar terlihat lebih *aesthetic* dengan tujuan agar para tamu saat melakukan *breakfast*, *lunch*, maupun *dinner* merasa lebih nyaman. Kemudian selalu menjaga area kebersihan *lobby*, area *lobby* seharusnya di desain semenarik mungkin karena *lobby* merupakan kesan pertama yang dilihat para tamu saat masuk ke suatu hotel mungkin diberikan hal yang dapat menyejukan mata, terdapat tempat untuk spot foto, ruang tunggu yang di tata nyaman mungkin, bahkan pada area *lobby* dapat diberikan maskot dari Hotel tersebut.

b. Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki peralatan yang cukup lengkap

Memiliki peralatan yang lengkap juga sangat membantu para tamu untuk melakukan akses pada saat menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu. Jika dilihat dari nilai kesenjangan pada atribut ini yaitu -0,34 pihak Hotel seharusnya menyediakan peralatan yang layak dipakai, seperti *room* telpon yang dapat diakses, disediakannya *mini bar* di kamar jika tamu ingin menaruh makanan yang mudah busuk atau cepat basi para tamu tidak turun lagi untuk menitipkan barang tersebut di *freezer kitchen*, kemudian cctv yang dipasang di setiap sudut hotel guna menjaga keamanan, terdapatnya mesin ATM guna memudahkan tamu setor maupun tarik tunai karena mengingat lokasi Hotel yang lumayan jauh dari peradaban, kemudian disediakan tempat sampah berdasarkan jenis sampah. Menambah peralatan yang menunjang proses *check-in check-out*, agar

receptionist lebih cepat saat melakukan proses tersebut, dan segala peralatan yang berada di *kitchen* yang sudah rusak atau yang sudah tidak dapat di pakai agar di perbaiki atau diganti, hal tersebut juga dapat membantu *staff kitchen* memasak dengan nyaman jika terdapat peralatan yang maksimal, maka suatu pekerjaan akan dilakukan dengan maksimal juga.

2. Kuadran B

Menunjukkan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan dan pelaksanaannya dinilai sudah sesuai dengan yang dirasakannya. Namun pihak Hotel harus tetap mempertahankan bila perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja pada atribut tersebut sehingga menjadi keunggulan bagi Hotel Swiss-belresort Pecatu. Adapun usulan perbaikan pada kuadran ini yaitu:

- a. Lokasi lobby yang strategis dan mudah dijangkau Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu dapat diandalkan/ dipercaya

Dapat dilihat dari nilai kesenjangan pada atribut ini yaitu bernilai 0,06 dimana hal tersebut sudah sesuai dengan yang diharapkan yaitu lokasi *lobby* yang strategis dan mudah dijangkau baik dari parkir menuju *lobby*, kemudian area kamar yang hanya tinggal turun melalui lift, dan tempat-tempat yang lainnya yang tidak terlalu jauh dengan area *lobby* yang dapat memudahkan akses jika para tamu ingin memerlukan bantuan ataupun informasi melalui *receptions*.

- b. Hotel Swiss-belresort Pecatu memiliki karyawan/staff yang berpenampilan bersih, rapi, dan menarik

Selain mementingkan kualitas pelayanan, pihak hotel juga harus memperhatikan sumber daya manusia. Pada atribut ini memiliki nilai kesenjangan yaitu -0,34 jika dilihat dari nilai kesenjangan terdapat nilai negatif namun dilihat dari letak dari kuadran sudah memenuhi harapan pelanggan namun tetap perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi. Memiliki karyawan yang bersih, berpenampilan rapi dan menarik juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan, hal tersebut harus selalu memperhatikan *grooming* dari masing-masing karyawan setiap *department* seperti baju seragam yang sudah tidak layak dipakai di ganti yang baru, kemudian wajib make up yang tidak berlebihan agar lebih kelihatan menarik dan *fresh*.

- c. Hotel Swiss-belresort Pecatu menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan

Selain mementingkan kualitas pelayanan. Pada atribut ini memiliki nilai kesenjangan yaitu -0,23 jika dilihat dari nilai kesenjangan terdapat nilai negatif namun dilihat dari letak dari kuadran sudah memenuhi harapan pelanggan namun tetap perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi. Yang dapat pihak hotel lakukan adalah memastikan bahwa segala pelayanan harus diselesaikan tepat waktu sesuai dengan waktu yang dijanjikan seperti misalnya seperti kamar yang belum *ready* tepat waktu sehingga melewati standar *check-in* hal tersebut menyebabkan para tamu terlalu lama menunggu di area *lobby*. Karyawan harus lebih tegas lagi jika masih ada tamu yang berada di kamar jika sudah melewati

batas *check-out* hal tersebut juga dapat meminimalisir terjadinya *complaint* dan kamar dapat *ready* sebelum jam 2 pm.

- d. Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu dapat diandalkan/ dipercaya

Karyawan/staff harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik salah satunya dapat dipercaya. Jika memberikan segala pelayanan harus memberikan pelayanan yang dapat meyakinkan para tamu, selalu melakukan yang terbaik untuk kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari hasil nilai kesenjangan pada atribut ini mendapatkan nilai -0,16 dimana kualitas yang diberikan masih tidak bagus artinya karyawan Hotel Swiss-belresort Pecatu belum mampu memberikan pelayanan yang dapat di percaya. Pihak Hotel harus lebih memahami permasalahan yang dihadapi tamu, memberikan informasi dengan tegas dan pasti, mungkin dengan menampilkan mimik wajah yang yakin dan tidak ragu-ragu dalam melayani tamu.

- e. Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan

Memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Maka dari itu karyawan/*staff* harus memastikan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Misalnya seperti tamu yang memesan makanan di *restaurant* diusahakan tamu tidak menunggu dari 30 menit, maka untuk *fb service* dan *fb product* harus melakukan pekerjaan semaksimal mungkin supaya tidak terjadi menunggu terlalu lama.

- f. Hotel Swiss-belresort Pecatu mempunyai karyawan/staff yang memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan

Sumber daya manusia yang dipilih pastinya sudah memiliki skill, kompetensi dan profesional yang mampu untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para tamu yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu. Hal tersebut pihak manajemen harus benar-benar memperhatikan dalam merekrut karyawan yang profesional dan siap memberikan yang terbaik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari hasil nilai kesenjangan pada atribut ini mendapatkan nilai -0,11 dimana kualitas yang diberikan masih kurang bagus. Maka dari itu perlunya karyawan dengan wawasan yang luas agar mampu mengambil keputusan disaat situasi yang kurang mendukung. Pihak Hotel perlu melakukan pelatihan yang dapat mengasah wawasan dalam melayani tamu.

- g. Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu selalu siap dalam memberikan pelayanan dan informasi dengan jelas

Karyawan/ staff Hotel harus selalu memberikan informasi yang jelas, hal tersebut dapat dijelaskan pada waktu tamu *check-in*. Selain itu juga pada saat ada *event*, untuk tamu yang *in house* dapat di berikan penjelasan bahwa ada event supaya tamu yang lain tidak merasa terganggu. Jika dilihat dari hasil nilai kesenjangan pada atribut ini mendapatkan nilai -0,09 dimana kualitas yang diberikan masih kurang bagus.

h. Profesionalisme dan pengetahuan yang luas dari para karyawan/staff

Para karyawan/staf hotel harus mampu menghadapi situasi apapun yang terjadi. Seperti tamu *complaint* masalah kamar yang kurang bersih, dan hal-hal yang lain yang dapat merugikan tamu. Maka dari itu perlunya pengetahuan dan profesionalisme dalam menghadapi hal tersebut dan juga perlu melakukan tindakan pada saat itu juga.

i. Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan (19)

Para karyawan/staf juga harus siap memberikan perhatian individual kepada para tamu. Mungkin melakukan pendekatan kepada tamu, memberikan sapaan, dan memperhatikan apa yang diperlukan oleh tamu.

3. Kuadran C

Para tamu yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu tidak mempunyai harapan yang tinggi sehingga tingkat kepentingannya tidak mendapat penilaian tinggi dan kinerjanya juga nilai biasa-biasa saja, sehingga Hotel Swiss-belresort Pecatu tidak harus memberikan fokus perbaikan untuk atribut layanan yang ada dalam kuadran ini. Berikut atribut yang berada dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

a. Kamar hotel yang nyaman dan aman

Kenyaman tamu yang menginap di Hotel juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, jika kamar yang bersih, rapi, aman dan nyaman tamu akan tidak segan-segan untuk melakukan *extend*. Maka dari itu pihak hotel harus selalu memperhatikan kenyamanan tamu dengan memastikan kamar hotel yang

selalu layak untuk digunakan, selalu melakukan pengecekan dan pastikan bahwa semua sudah siap untuk ditempati sebelum tamu masuk ke kamar hotel.

b. Fasilitas pendukung seperti wifi berfungsi dengan baik

Para tamu yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu tidak hanya untuk berlibur, namun juga ada untuk berbisnis atau perjalanan bisnis. Lokasi hotel yang berada di area perbukitan, dan susahny mendapatkan sinyal. Maka perlu adanya wifi yang kuat untuk diakses oleh tamu. Hal yang paling sering keluhan tamu yaitu masalah wifi yang tidak terlalu beroperasi dengan baik. Hal tersebut pihak Hotel terutama IT harus lebih memperhatikan koneksi wifi harus benar-benar stabil.

c. Kemampuan karyawan/staff hotel cepat tanggap saat menerima keluhan dari pelanggan

Karyawan/staf Hotel harus selalu sigap dalam menghadapi keluhan dari pelanggan, apapun keluhan dari para tamu harus dikerjakan dan diselesaikan pada saat itu juga, dan juga memberikan penjelasan jika keluhan tersebut tidak bisa diselesaikan saat itu juga, dan tetap selalu mencari jalan keluar.

d. Karyawan/staff Hotel Swiss-belresort Pecatu selalu bersedia dalam membantu pelanggan

Karyawan/staf hotel harus selalu bersedia membantu pelanggan seperti misalnya jika tamu ingin *showing room receptionist* membantu untuk mengantarkan tamu *showing*, dan karyawan selalu menawarkan bantuan kepada

tamu. Maka akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan tamu akan merasa pelayanan yang diberikan memang diprioritaskan.

- e. Karyawan/staff hotel menanggapi setiap permintaan secara cepat kepada pelanggan

Dalam hal ini karyawan/staf harus memiliki rasa empati dalam menanggapi permintaan tamu karena segala permintaan tamu harus diprioritaskan semasih dalam hal wajar. Misalkan tamu ingin *suttle car*, karyawan harus mengantarkan tamu ke tujuan tersebut.

- f. Jaminan kepuasan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan

Semua karyawan/ staf Hotel harus memberikan jaminan kepuasan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan, pihak hotel harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik dengan kualitas pelayanan yang terbaik maka akan mendapatkan *customer loyalty* dan jika Hotel Swiss-belresort Pecatu memberikan *good service* hal tersebut juga dapat membangun citra perusahaan yang baik. Maka dari itu diharapkan karyawan harus tetap memberikan kepuasan pelayanan dan kepercayaan kepada para tamu yang menginap di hotel Swiss-belresort Pecatu.

- g. Karyawan/staff yang bersikap ramah, sopan, dan santun

Karyawan yang bersikap ramah, sopan, dan santun juga bagian dari kualitas pelayanan. Maka perlunya karyawan yang selalu menerapkan 5S (senyum, salam, sapa, sopan dan santun).

4. Kuadran D

Keberadaan atribut layanan yang menurut pelanggan kinerjanya sudah baik bahkan cenderung melebihi apa yang diinginkan pelanggan karena sebenarnya pelanggan tidak terlalu mempunyai harapan pada atribut layanan ini, sehingga tidak perlu memberikan fokus pada atribut yang berada dalam kuadran D. Atribut yang berada dalam kuadran D ini yaitu:

- a. Ketanggapan receptionist dalam melakukan proses check-in dan check-out
- b. Memberikan perhatian personal terhadap keluhan dan permasalahan yang dihadapi pelanggan
- c. Kemudahan dalam melakukan komunikasi antara karyawan, staf dengan pelanggan

Hal diatas menunjukkan suatu perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan. Dimana Hotel Swiss-belresort Pecatu dapat memperbaiki dari masing-masing atribut pada kelima dimensi kualitas pelayanan berdasarkan kuadran yang dapat terlebih dahulu diprioritaskan dalam tahap perbaikan. Adapun juga dari pihak manajemen yang dapat dilakukan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, dimana dijelaskan oleh Ibu Cut Rossi selaku *Director Sales and Marketing* yang diwawancarai pada tanggal 8 Juni 2023 menyatakan “Terutama yang *our guest not meet satisfaction* yang paling penting adalah *empathy*. Empati bukan berarti mengakui kesalahan. Contoh misalkan ada *big complaint* kita pasti akan mengatakan mohon maaf atas ketidaknyamannya, tapi kami akan melakukan *investigation*. Artinya pihak Hotel

tidak gegabah kalau hal tersebut kesalahan dari pihak Hotel, tapi kita harus lebih profesional untuk menyampaikan melalui proses yang cepat supaya kita *make it try* terhadap *service unflation*. Pertama yang harus dilakukan yaitu *empathy*, kemudian *investigate* jikalau kita yang salah kita harus *improve* jikalau tamu yang *long stay* kita bisa punya selah untuk *recovery*, jika untuk tamu yang stay hanya *short time* atau *one-night* biasanya kita kasi *compensation*.”

Dan bagaimana juga pihak Hotel dalam menindaklanjuti jika terjadinya *complaint* dan terdapat ulasan negatif dari para tamu hal tersebut juga dijelaskan oleh Bapak Bagus Ketut Widiana selaku *Manager Housekeeping* yang diwawancarai pada tanggal 8 Juni 2023 menyatakan bahwa “ Yang pertama yang harus kita ketahui apa permasalahan yang terjadi misalkan kebersihan yang kurang di kamar ataupun kamar mandi kotor kita harus merespon hal tersebut, kemudian yang kedua memperbaiki our *service* dengan meningkatkan kebersihan yang ada di kamar tersebut dengan team yang lebih bagus, kemudian yang ketiga melakukan pendekatan kepada tamu, dari hal tersebut maka sudah jelas apa permasalahan dan sudah dikerjakan dengan baik, lalu kita meminta untuk memberikan *review positive*.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan semakin bagus pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan merasa puas dan pasti akan ingin kembali mengunjungi Hotel. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan tidak bagus maka pelanggan tidak akan berminat lagi untuk memakai pelayanan jasa atau produk yang ditawarkan.

Selain hal tersebut Hotel Swiss-belresort Pecatu juga perlu memperhatikan Sumber Daya Manusia seperti melakukan pelatihan mengenai kualitas pelayanan yang harus diterapkan, merekrut karyawan yang benar-benar siap bekerja dan berpotensi, selalu melakukan *morning briefing* guna menyatukan pendapat, masalah agar dapat dicarikan solusi yang terbaik, kemudian *family gathering* dimana hal ini juga menunjukkan terjalinnya komunikasi dan kebersamaan sehingga dapat saling memahami satu sama lain dan mempunyai satu tujuan yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan, dan juga meningkatkan rasa *social responsibility* dimana sebagai bentuk tanggung jawab dengan masyarakat sekitar, atau mengadakan acara social.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini dilakukan dengan menguji 22 atribut yang terdapat dalam pendekatan servqual (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) dengan menyebar kuesioner ke 100 responden yaitu tamu yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu.

1. Hasil analisis kesenjangan (*gap*) menunjukkan tingkat kualitas pelayanan pada Hotel Swiss-belresort Pecatu bernilai negatif (-) meskipun ada tiga atribut yang bernilai positif (+) namun dapat dilihat secara keseluruhan hasil uji kesenjangan (*gap*) antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan secara keseluruhan memiliki nilai -3,83, hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Pada rata-rata *gap* dari seluruh dimensi kualitas pelayanan (*Service Quality*) mendapatkan nilai sebesar -0,15. Terdapat salah satu dimensi yang mendapatkan nilai *gap* terbesar yaitu pada dimensi *Tangible* dengan nilai

-0,32. Pada kenyataannya untuk nilai gap <-1 dianggap telah baik oleh pelanggan namun masih bernilai negatif maka perlu adanya perbaikan untuk beberapa atribut pelayanan yang masih belum sesuai dengan harapan pelanggan.

2. Tahap Importance Performance Analysis ini dilakukan dengan menghitung rata-rata untuk setiap atribut layanan dari variabel Importance maupun Performance. Setiap atribut-atribut dijabarkan dalam diagram kartesius, pada hasil diagram kartesius menunjukkan posisi atribut kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan Hotel Swiss-belresort Pecatu berdasarkan tingkat kepuasan dan tingkat harapan terdapat 2 kuadran A, kemudian kuadran B dengan 9 atribut selanjutnya kuadran C sebanyak 8 atribut, dan yang terakhir kuadran D sebanyak 3 atribut. Pada tahap memetakan atribut mana yang diprioritaskan dalam hal perbaikan yaitu atribut no 2 dan 4 yang berada pada kuadran A dimana dalam kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan namun belum sesuai dengan harapan pelanggan. Atribut prioritas tindakan yaitu pihak hotel harus lebih memperhatikan interior hotel seperti kamar, lobby, restaurant, dan ruang meeting harus selalu terlihat rapi dan menarik. Menjaga kebersihan dari masing-masing ruangan tersebut, dan pihak hotel seharusnya menyediakan peralatan yang layak dipakai.
3. Pada perumusan strategi ini merupakan usulan prioritas perbaikan berdasarkan identifikasi faktor kualitas pelayanan yang dianggap paling penting oleh para pelanggan, penelitian ini akan menjabarkan secara keseluruhan pada kuadran A dan B, sehingga tidak terjadi penilaian secara subjektif, yang keterkaitan antara

hasil penelitian sesuai analisis kesenjangan, kesesuaian dari pelanggan Swiss-belresort pecatu. Pada tahap ini meningkatkan strategi pelayanan berdasarkan posisi dari masing-masing kuadran diagram kartesius, melakukannya pelatihan terkait dengan kualitas pelayanan, kemudian *family gathering* dimana hal ini juga menunjukkan terjalinnya komunikasi dan kebersamaan sehingga dapat saling memahami satu sama lain dan mempunyai satu tujuan yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan rasa *social responsibility* dimana sebagai bentuk tanggung jawab dalam suatu pekerjaan ataupun sesama masyarakat sekitar.

5.2 Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat direkomendasikan pada masukan atau saran kepada pihak manajemen Hotel Swiss-belresort Pecatu dengan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dengan saran sebagai berikut:

1. Dengan adanya nilai kesenjangan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu yang menginap di Hotel Swiss-belresort Pecatu. Sebaiknya pihak hotel lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan dari masing-masing dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dari service quality. Hotel Swiss-belresort Pecatu juga perlu memperhatikan Sumber Daya Manusia seperti melakukan pelatihan mengenai kualitas pelayanan yang harus diterapkan, merekrut karyawan yang benar-benar siap bekerja dan berpotensi.

2. Dengan adanya banyak complaint yang terjadi pihak Hotel sebaiknya membuatnya data mengenai ulasan-ulasan, complaint, ataupun komplikasi mengenai kualitas pelayanan yang terjadi agar pada saat tamu menginap di Hotel mempermudah karyawan untuk menindaklanjuti dan tidak terjadi secara berulang-ulang.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperbanyak jumlah indikator yang akan digunakan, sehingga dapat diperoleh gambaran dan hasil yang mendekati dengan kondisi yang sebenarnya. Banyak hal yang dapat dikembangkan dan diperbaiki dalam berbagai hal seperti penggunaan metode dan variabel, oleh karena disarankan penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode dan variabel lainnya, agar pengukuran pada tingkat kualitas pelayanan dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Odyk Akbar Nagara, A. E. (2020). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DI PT. XYZ. *Urnal Rekayasa Industri (JRI)*, 2.
- Akbar Nagara, A. O., & Emaputra, A. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Barbershop dengan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA) Studi Kasus XYZ Barbershop. *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, 2(2), 97–104. <https://doi.org/10.37631/jri.v2i2.183>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2023, March 2). Retrieved from *Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Maret 2023*. <https://Bali.Bps.Go.Id/Pressrelease/2023/05/02/717790/Perkembangan-Pariwisata-Provinsi-Bali-Maret-2023.Htm>.
- Feby Valentino Z, N. N. P. G. S. (2023). Analisis Kualitas Kinerja Pelayanan Kesiswaan Terhadap Kepuasan Siswa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA) pada SMK XYZ. *JBPI – Jurnal Bidang Penelitian Informatika*.
- Felicia, Y. dan J. Dwiridhotjahjono. (2021). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ANTENNA HDF SURABAYA. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*.
- Hadining, A. F. (2020). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ABC LAUNDRY DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI). *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.14710/jati.15.1.1-10>

- Hengki Mangiring Parulian Simarmata, D. Y. S. N. J. P. (2018). PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN UNTUK KEPUASAN PELANGGAN HOTEL. *Jurnal EK & BI*.
- Heru, K., & A. B. (2014). *Analisis Kepuasan Pelanggan Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan di SF Digital Photo Service*. 18(1410–2331).
- Iman Sulaeman. (2016). KUALITAS PELAYANAN DAN STRATEGI MARKETING TERHADAP KEPUASAN PADA SURIA CITY HOTEL BANDUNG. *LENTERA BISNIS*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022, March 29). Retrieved from *Kememparekraf Gandeng Lintas Kementerian Tuntaskan Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-kemenparekraf-gandeng-lintas-kementerian-tuntaskan-rencana-induk-destinasi-pariwisata-nasional>.
- Komang Pandu Triwiyana Supriono. (2017). ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN DALAM MENCAPAI KUALITAS BERSAING (Studi Pada PT. S_m_n Indon_sia (P_rs_ro) Tbk.). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 49.
- Melati, D. A., & M. P. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada PDAM Tirtawening Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 2(2355–9357).
- Roidelindho, K., & Puspita Novrianti, D. (2020). Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Perhotelan Menggunakan Servsqual Dan Importance Performance Analysis (IPA). *JURNAL UNITEK*, 11(2), 120–129. <https://doi.org/10.52072/unitek.v11i2.35>
- Rusdiyanto, W., & Suranti, S. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 18(1), 15–28. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v18i1.37406>

- Septian Sony Utomo. (2022). ANALISIS GAP PADA SERVICE QUALITY DENGAN MENGGUNAKAN ANALYTICAL NETWORK PROCESS PADA HOTEL JW MARRIOTT SURABAYA. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Alfabeta.
- tribunnews.com. (2017, August 10). *etrieved from Bali, Penyumbang Devisa Terbesar di Sektor Pariwisata*.
<https://www.tribunnews.com/Nasional/2017/08/10/Bali-Penyumbang-Devisa-Terbesar-Di-Sektor-Pariwisata>.
- Uli Arta Naibaho, H. A. B. H. (2022). DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN: ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(2).
- Wan Salmuni Wan Mustaffa. (2021). Patient Satisfaction with the Healthcare Service Quality: An Empirical Investigation at Malaysian Public Hospitals by Utilizing SERVQUAL-Gap Analysis. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*.
- Winarno, H., & Absor, T. (2018). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) PADA PT. MEDIA PURNA ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 146–160. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.15>