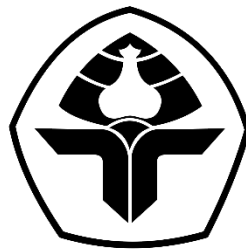


**ANALISIS KUALITAS LAYANAN RESPON *HOST*
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI
PLATFORM ONLINE VACATION RENTAL PADA
MADHAVA ASIA**

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

RAYMOND DIO KUSUMA

NIM. 2115744030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN RESPON *HOST*
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI
PLATFORM ONLINE VACATION RENTAL PADA
MADHAVA ASIA**

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



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

RAYMOND DIO KUSUMA

NIM. 2115744030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan respon host pada *platform Online Vacation Rental (OVR) Airbnb Madhava Asia* dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan negatif antara tingkat kepentingan dengan rata-rata sebesar 4,24 dan rata-rata tingkat kinerja sebesar 3,52 yang mengindikasikan bahwa pelanggan tidak puas terhadap layanan yang diberikan. Dari 15 item layanan yang dianalisis, tiga di antaranya berada pada Kuadran A (Prioritas Utama) dan memerlukan perbaikan segera, sementara lima item berada di Kuadran B (Pertahankan Prestasi), lima item di Kuadran C (Prioritas Rendah), dan tiga item di Kuadran D (Berlebihan). Saran yang diajukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan meliputi pembaruan rutin informasi dan foto *property*, penerapan standar konten *listing* yang jelas dan konsisten, serta pelatihan bagi *host* untuk menyampaikan informasi secara akurat. Selain itu, diperlukan SOP penanganan masalah secara jarak jauh, optimalisasi media komunikasi *real-time*, dan sistem penjadwalan *host* secara bergilir. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan layanan yang lebih baik di sektor penyewaan *property*.

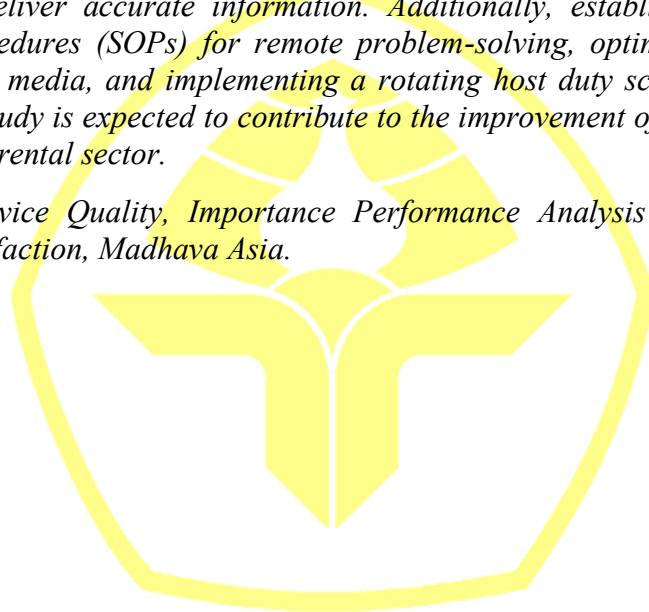
Kata Kunci: Kualitas Layanan, *Importance Performance Analysis (IPA)*, Airbnb, Kepuasan Pelanggan, Madhava Asia.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This study aims to analyze the service quality of host responses on the Online Vacation Rental (OVR) platform Airbnb Madhava Asia using the Importance Performance Analysis (IPA) method. The results indicate a negative gap between the importance level, with an average score of 4.24, and the performance level, with an average score of 3.52, suggesting that customers are dissatisfied with the services provided. Of the 15 service items analyzed, three items fall into Quadrant A (Top Priority) and require immediate improvement, while five items are in Quadrant B (Keep Up the Good Work), five items in Quadrant C (Low Priority), and three items in Quadrant D (Possible Overkill). Recommendations to enhance customer satisfaction include regularly updating property information and photos, implementing clear and consistent listing content standards, and providing training for hosts to deliver accurate information. Additionally, establishing standard operating procedures (SOPs) for remote problem-solving, optimizing real-time communication media, and implementing a rotating host duty schedule are also advised. This study is expected to contribute to the improvement of service quality in the property rental sector.

Keywords: *Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA), Airbnb, Customer Satisfaction, Madhava Asia.*



**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

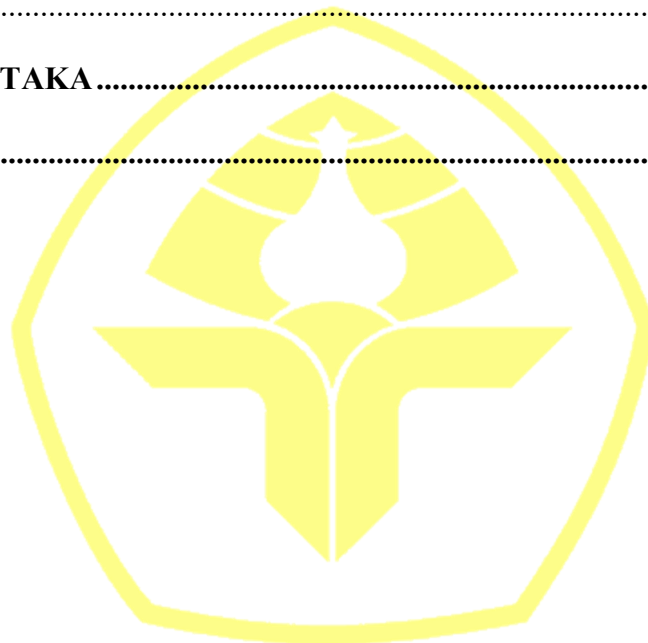
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROYEK AKHIR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
1.5.1 Bab I Pendahuluan	8
1.5.2 Bab II Kajian Pustaka.....	8

1.5.3	Bab III Metode Penelitian	8
1.5.4	Bab IV Hasil dan Pembahasan	8
1.5.5	Bab V Simpulan dan Saran	8
BAB II		9
TINJAUAN PUSTAKA		9
2.1	Telaah Teori	9
2.1.1	Manajemen Layanan	9
2.1.2	Kualitas Layanan.....	10
2.1.3	Indikator Kualitas Layanan	10
2.1.4	Kepuasan Pelanggan	12
2.1.5	Faktor - Faktor Kepuasan Pelanggan	13
2.2	Penelitian Terdahulu	15
2.3	Kerangka Konsep Penelitian	25
BAB III		28
METODE PENELITIAN		28
3.1	Tempat Penelitian.....	28
3.2	Populasi dan Sampel	28
3.2.1	Populasi	28
3.2.2	Sampel.....	29
3.3	Variabel Penelitian	30
3.4	Sumber Data.....	31
3.5	Jenis Penelitian.....	31
3.6	Metode Pengumpulan Data	32

3.6.1	Observasi.....	32
3.6.2	Wawancara.....	33
3.6.3	Kuesioner	33
3.6.4	Studi Pustaka.....	34
3.7	Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1	Uji Validitas	35
3.7.2	Uji Reliabilitas	35
3.7.3	Analisis Statistik Deskriptif	36
3.7.4	<i>Importance Performance Analysis</i>	36
BAB IV		41
HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	41
4.1.2	Lokasi Perusahaan.....	42
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4.1.4	Bidang Usaha	43
4.1.5	Struktur Organisasi.....	49
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan	55
4.2.1	Uji Validitas	55
4.2.2	Uji Reliabilitas	56
4.2.3	Karakteristik Responden	57
4.2.4	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	60
4.2.5	Hasil Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	65

4.2.6 Pembahasan Penelitian.....	79
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	82
4.3.1 Implikasi Teoritis	82
4.3.2 Implikasi Praktis.....	83
BAB V.....	85
SIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	lxxxviii
LAMPIRAN.....	xc



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan <i>Property</i> Madhava Asia di <i>Platform Online Vacation Rental</i> (OVR) Periode Bulan September 2024 – Januari 2025.....	4
Tabel 1.2 Jumlah <i>Complain Property</i> Madhava Asia di <i>Platform Online Vacation Rental</i> (OVR) Periode Bulan September 2024 – Januari 2025.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.1 Penentuan Skor Kuisisioner Pada Tingkat Kepentingan	34
Tabel 3.2 Penentuan Skor Kuesioner Pada Tingkat Kinerja.....	34
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 3 Rata-rata Skor Skala Likert.....	61
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Berdasarkan Indikator Kepentingan.....	61
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Berdasarkan Indikator Kinerja	63
Tabel 4. 6 Perhitungan Nilai Kesenjangan Kepuasan Pelanggan	67

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	26
Gambar 3.1 Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	39
Gambar 4. 1 Logo Madhava Enterprises.....	41
Gambar 4. 2 Logo Madhava Asia	44
Gambar 4. 3 Logo Stay in Bali.....	45
Gambar 4. 4 Logo Madhava Visual Art.....	47
Gambar 4. 5 Logo MENTORY.....	48
Gambar 4. 6 Struktur Organisasi Madhava Enterprises.....	50
Gambar 4. 7 Grafik Rekapitulasi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	58
Gambar 4. 8 Grafik Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Gambar 4. 9 Grafik Rekapitulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	60
Gambar 4. 10 Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	72

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Formulir Bimbingan Dosen Pembimbing I
- Lampiran 2. Formulir Bimbingan Dosen Pembimbing II
- Lampiran 3. Surat Keterangan Layak Ujian Dosen Pembimbing I
- Lampiran 4. Surat Keterangan Layak Ujian Dosen Pembimbing II
- Lampiran 5. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6. Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan
- Lampiran 7. Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kinerja
- Lampiran 8. R-Tabel
- Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Indikator *Tangible* (Bukti Fisik)
- Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Indikator *Reliability* (Kehandalan)
- Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap)
- Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Indikator *Assurance* (Jaminan)
- Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Indikator *Emphaty* (Empati)
- Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan
- Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Indikator *Tangible* (Bukti Fisik)
- Lampiran 16. Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Indikator *Reliability* (Kehandalan)

Lampiran 17. Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Lampiran 18. Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Indikator *Assurance* (Jaminan)

Lampiran 19. Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Indikator *Emphaty* (Empati)

Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja

Lampiran 21. Tabulasi Data Uji Instrumen Penelitian Tingkat Kepentingan

Lampiran 22. Tabulasi Data Uji Instrumen Penelitian Tingkat Kinerja

Lampiran 23. Hasil Uji Statistik Deskriptif Tingkat Kepentingan

Lampiran 24. Hasil Uji Statistik Deskriptif Tingkat Kinerja

Lampiran 25. Frekuensi Jawaban Tingkat Kepentingan Indikator *Tangible* (Bukti Fisik)

Lampiran 26. Frekuensi Jawaban Tingkat Kepentingan Indikator *Reliability* (Kehandalan)

Lampiran 27. Frekuensi Jawaban Tingkat Kepentingan Indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Lampiran 28. Frekuensi Jawaban Tingkat Kepentingan Indikator *Assurance* (Jaminan)

Lampiran 29. Frekuensi Jawaban Tingkat Kepentingan Indikator *Emphaty* (Empati)

Lampiran 30. Frekuensi Jawaban Tingkat Kinerja Indikator *Tangible* (Bukti Fisik)

Lampiran 31. Frekuensi Jawaban Tingkat Kinerja Indikator *Reliability* (Kehandalan)

Lampiran 32. Frekuensi Jawaban Tingkat Kinerja Indikator *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Lampiran 33. Frekuensi Jawaban Tingkat Kinerja Indikator *Assurance* (Jaminan)

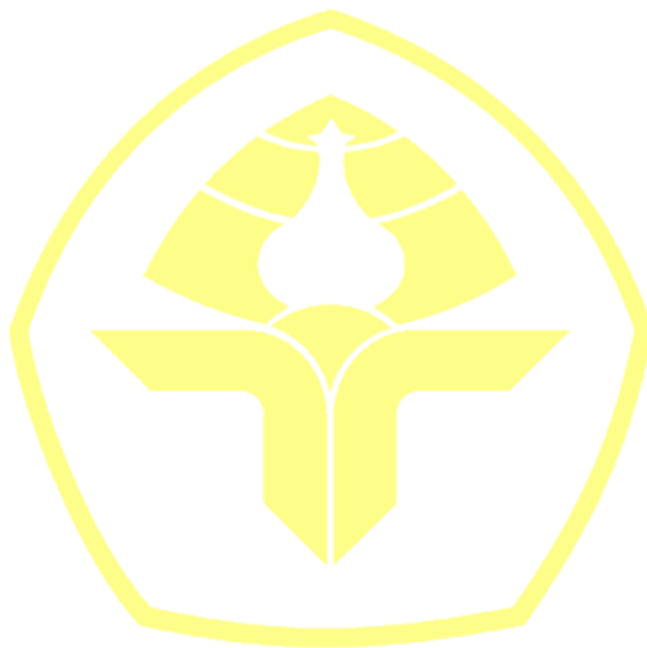
Lampiran 34. Frekuensi Jawaban Tingkat Kinerja Indikator *Emphaty* (Empati)

Lampiran 35. Luaran Penelitian

Lampiran 36. Surat Keterangan Penggunaan Karya Mahasiswa

Lampiran 37. Dokumentasi Penerapan Karya di Perusahaan

Lampiran 38. Riwayat Hidup Peneliti



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata utama di Indonesia terus memancarkan daya tarik yang memikat wisatawan dari berbagai penjuru dunia. Keindahan alam yang memukau, kekayaan budaya yang mendalam, serta keramahan masyarakatnya membuat Bali menjadi tempat yang tak tergantikan dalam peta pariwisata internasional. Hal ini terbukti dari pesatnya pertumbuhan industri pariwisata yang signifikan di beberapa tahun terakhir, khususnya dalam sektor penginapan (Desak dkk., 2024).

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Industri Pariwisata mencakup berbagai sektor usaha yang berperan dalam menyediakan layanan dan produk bagi wisatawan seperti penginapan, transportasi, perjalanan, kuliner, atraksi wisata, serta memperkenalkan budaya dan potensi daerah kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Melalui pengelolaan yang profesional dan berkelanjutan, industri ini diharapkan berbagai jasa pendukung lainnya. Adanya berbagai sektor ini menunjukkan bahwa industri pariwisata memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta dapat memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat dan pembangunan daerah.

Industri penginapan merupakan salah satu bagian dari industri pariwisata yang berfokus pada penyediaan layanan akomodasi, makanan, dan minuman bagi wisatawan. Industri ini juga dikenal sebagai industri perhotelan, yang mencakup berbagai jenis penginapan, mulai dari hotel, resort, villa, hingga *guest house*. Pentingnya tempat penginapan mengakibatkan perlu ditingkatkannya kualitas layanan secara konsisten untuk memenuhi harapan pelanggan sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan para wisatawan ketika berkunjung ke Bali. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa pelayanan yang unggul dan berkualitas tinggi memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan (Suryadharma dkk., 2015).

Menurut Zeithaml *et al* (1990). dalam (Hardiansyah., 2018:59) Dalam mengukur kualitas layanan terdapat lima indikator utama yang umumnya digunakan yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Madhava Enterprises merupakan sebuah perusahaan yang didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Ida Bagus Putu Agus Garlika dengan nama legalitas yaitu PT Madhava Kreasi Indonesia. Hingga saat ini perusahaan ini telah mengembangkan beberapa bidang usaha yaitu Stay in Bali, Madhava Visual Art, Mentory, dan Madhava Asia.

Madhava Asia merupakan salah satu unit usaha Madhava Enterprises yang bergerak di bidang penyedia jasa pengelolaan dan pemasaran *property*. Unit bisnis ini menyediakan jasa untuk membantu para pemilik *property* penginapan dalam mengatasi tantangan pemasaran, baik melalui saluran *offline* maupun

online. Diperlukannya akses luas ke berbagai *platform* pemasaran oleh para penyedia industri penginapan untuk meningkatkan penjualan membuat owner Madhava Asia menawarkan solusi jasa pemasaran *property* melalui kerja sama kontrak dan distribusi yang optimal melalui *Online Travel Agent* (OTA) dan *Online Vacation Rental* (OVR).

Online Travel Agent merupakan pihak ketiga berupa channel distribusi yang bertindak sebagai perantara antara pelanggan dan penyedia layanan perjalanan seperti hotel, maskapai penerbangan, dan penyewaan alat transportasi. Sementara itu *Online Vacation Rental* merupakan channel distribusi khusus penyewaan *property* seperti rumah, apartemen, dan villa yang bertujuan menghubungkan pemilik *property* dan tamu. Salah satu *platform* OVR yang digunakan oleh Madhava Asia adalah , yang menawarkan layanan penyewaan *property* dengan fokus pada pengalaman menginap yang unik dan berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Pada *platform* OVR, Madhava Asia hingga saat ini sudah bekerja sama dengan total 12 *property* yang aktif dikelola secara langsung dan diharapkan akan terus bertambah disetiap bulannya. Adapun berdasarkan wawancara dengan Bapak I Putu Arya Kertayasa selaku *Commercial Manager*, diketahui rata-rata pelanggan dari ke 12 *property* di atas pada bulan September 2024 hingga Januari 2025 adalah sebesar 603 pelanggan disetiap bulannya. Berikut juga diberikan data total pelanggan disetiap *property* pada bulan September 2024 hingga Januari 2025 yang diberikan oleh Bapak Arya.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan *Property* Madhava Asia di *Platform Online Vacation Rental* (OVR) Periode Bulan September 2024 – Januari 2025

NO	NAMA PROPERTY	SEPTEMBER 2024	OKTOBER 2024	NOVEMBER 2024	DESEMBER 2024	JANUARI 2025
1	Alam Kita Glamping	45	37	41	50	38
2	Amarta Pesagi Retreat	28	23	24	40	22
3	Bahana Guest House	180	167	177	170	180
4	Elemento Homestay	63	71	72	79	81
5	Liliy Guest House Legian	50	42	37	80	75
6	Mulia Garden Bungalow	11	8	9	25	20
7	Taked Bali House	3	3	3	4	4
8	Teges Inn Kuta	152	126	111	166	178
9	Pachira Homestay	-	-	-	1	1
10	Uma Shanty	16	13	17	33	38
11	Villa Sabha Seminyak	10	13	11	2	1
12	Villa Danu Kintamani	25	28	29	44	38
TOTAL		583	531	531	694	676

Sumber: Madhava Asia (2025).

Di tengah perjalanan Madhava Asia dalam mengarungi dunia bisnis khususnya menghadapi pelanggan, Madhava Asia menghadapi sejumlah tantangan eksternal dan internal seperti banyaknya *complain* dari pelanggan yang dikarenakan rendahnya pengetahuan *staff* di bidang pemasaran, keterbatasan jumlah *staff* sehingga mengakibatkan kewalahan dalam menangani pesan dan keluhan tamu, respon yang lambat terhadap pertanyaan pelanggan, serta tidak adanya pertemuan langsung dengan tamu. Berikut data persentase *complain* yang masuk pada bulan September 2024 hingga Januari 2025:

Tabel 1.2 Jumlah *Complain Property* Madhava Asia di *Platform Online Vacation Rental* (OVR) Periode Bulan September 2024 – Januari 2025

NO	BULAN	TAHUN	JUMLAH PELANGGAN	JUMLAH COMPLAIN	PERSENTASE COMPLAIN
1	September	2024	583	45	8%
2	Oktober	2024	531	53	10%
3	November	2024	531	58	11%
4	Desember	2024	694	63	9%
5	Januari	2025	676	78	12%
TOTAL			3015	297	10%

Sumber: Madhava Asia (2025).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi strategi perbaikan guna meningkatkan

kualitas layanan. Penelitian yang berjudul “**Analisis Kualitas Layanan Respon Host Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Di Platform Online Vacation Rental Pada Madhava Asia**” bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan Madhava Asia, aspek-aspek yang memerlukan perbaikan, dan merumuskan strategi perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Lusianti (2017), IPA adalah metode yang membandingkan persepsi pelanggan terhadap kenyataan yang mereka rasakan dengan harapan mereka. Data hasil penelitian ini dipetakan dalam kuadran untuk mengidentifikasi tindakan prioritas yang perlu dilakukan.

Kelebihan metode ini adalah kemampuannya untuk mengidentifikasi atribut layanan yang perlu ditingkatkan atau dikurangi guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, metode ini memiliki sensitivitas dan reliabilitas yang tinggi serta mudah untuk diimplementasikan (Anggraini dkk., 2015).

Beberapa penelitian sebelumnya yang menggunakan metode IPA adalah penelitian (Diyanto dkk., 2019) yang mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang telah diberikan adalah sebesar 4,16 yang dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pada Hotel Rosali Situbondo memuaskan bagi pelanggan, sedangkan untuk tingkat harapan pelanggan adalah 4,14 dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Hotel Rosali Situbondo memenuhi harapan pelanggan.

Permasalahan yang dihadapi Madhava Asia serta keunggulan dari metode IPA menjadi dasar utama dilakukannya penelitian ini. Dilakukannya analisis tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan secara komprehensif di penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan strategi yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan respon host Madhava Asia khususnya di *Platform Online Vacation Rental* Airbnb, serta mendukung upaya pengembangan sektor pariwisata Indonesia secara keseluruhan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan terhadap respon yang diberikan oleh *host* Madhava Asia pada *Platform Online Vacation Rental* (OVR)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap respon yang diberikan oleh *host* Madhava Asia pada *Platform Online Vacation Rental* (OVR).

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian yang telah disampaikan, maka manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bernilai dalam ranah keilmuan, serta menjadi referensi yang bermanfaat

bagi kalangan akademik, khususnya dalam pengembangan studi terkait kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna dalam bidang pemasaran, khususnya dalam menganalisis kualitas layanan melalui respon *host* terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada *platform online vacation rental* (OVR) Airbnb Madhava Asia, dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

1.4.2 Kontribusi Praktis

- a. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi pihak lain sebagai pedoman maupun bahan perbandingan dalam menganalisis topik serupa, serta dapat dijadikan referensi dalam penyusunan kurikulum yang relevan.

- b. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan bahan referensi, masukan, dan acuan bagi Madhava Asia untuk meningkatkan dan memperbaiki kepuasan pelanggan dan kualitas layanan sehingga kedepannya dapat lebih bersaing di pasaran.

- c. Bagi Penulis

Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan informasi serta wawasan yang mendalam bagi penulis dalam memahami bidang kajian, sekaligus mengidentifikasi permasalahan yang muncul dan merumuskan solusi yang tepat.

1.5 Sistematika Penulisan

1.5.1 Bab I Pendahuluan

Pada Bab I akan terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Keseluruhan isi dari Bab I ini menggambarkan latar belakang mengapa Proyek Akhir ini dibuat.

1.5.2 Bab II Kajian Pustaka

Pada Bab II akan diuraikan terkait teori-teori yang mendukung penulisan Proyek Akhir ini. Adapun pada tinjauan pustaka terdapat telaah teori, penelitian terdahulu dan kerangka konsep penelitian.

1.5.3 Bab III Metode Penelitian

Pada Bab III akan diuraikan metode penelitian yang berisi tempat penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, jenis penelitian, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

1.5.4 Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada Bab IV akan diuraikan hasil dan pembahasan penelitian, yang meliputi gambaran umum perusahaan, hasil analisis beserta pembahasannya, serta implikasi dari hasil penelitian terhadap konteks yang dikaji.

1.5.5 Bab V Simpulan dan Saran

Pada Bab V akan disampaikan simpulan dari hasil penelitian serta saran yang dapat diberikan, baik untuk pengembangan penelitian selanjutnya maupun sebagai masukan praktis bagi pihak perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kualitas layanan respon *host* pada *platform Online Vacation Rental* (OVR) Airbnb Madhava Asia. Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kepentingan pelanggan sebesar 4,24 lebih tinggi dibandingkan rata-rata kinerja sebesar 3,52. Perbedaan ini mengindikasikan adanya kesenjangan negatif pada 15 item layanan yaitu T1, T2, T3, R1, R2, R3, RS1, RS2, RS3, A1, A2, A3, E1, E2, dan E3. Penelitian ini mengindikasikan bahwa pelanggan tidak puas terhadap layanan yang diberikan, sehingga diperlukan upaya peningkatan kualitas layanan agar lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

Melalui analisis diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA), diperoleh bahwa dua item berada pada Kuadran A (Prioritas Utama) menunjukkan aspek layanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya masih rendah, sehingga perlu segera ditingkatkan. Sementara itu, lima item yang tergolong dalam Kuadran B (Pertahankan Prestasi) mencerminkan elemen layanan yang telah memenuhi harapan pelanggan dan perlu dijaga konsistensi serta kualitasnya. Adapun lima item yang berada pada

item dalam Kuadran D (Berlebihan) menunjukkan kinerja yang melebihi tingkat kepentingannya, sehingga dapat dipertimbangkan untuk disesuaikan guna meningkatkan efisiensi operasional tanpa mengurangi tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat baik secara akademis maupun praktis dalam upaya peningkatan mutu layanan di *platform online vacation rental* (OVR) Airbnb Madhava Asia.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kinerja hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada *platform online vacation rental* (OVR) Airbnb Madhava Asia berada dalam kategori tidak puas. Oleh karena itu, terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, terdapat beberapa saran perbaikan yang dapat diterapkan.

1. Pertama, dalam *host* memberikan informasi yang akurat sesuai dengan kondisi *property* (R1), disarankan agar perusahaan melakukan pembaruan secara rutin terhadap informasi dan foto *property* guna memastikan kesesuaian dengan kondisi aktual. Selain itu penting untuk menerapkan standar penulisan konten *listing* yang jelas, informatif, dan konsisten agar pelanggan mendapatkan gambaran yang akurat. Pelatihan bagi *host* juga perlu diselenggarakan agar mereka mampu menyampaikan informasi secara jujur, rinci, dan dapat dipercaya.

2. Kedua, terkait dengan *host* bertanggung jawab dalam menyelesaikan masalah yang terjadi ketika staff *property* tidak berada di tempat (R3), perlu disusun prosedur operasional standar (SOP) untuk penanganan kendala secara jarak jauh. Penggunaan media komunikasi *real-time* seperti *WhatsApp* atau sistem manajemen *property* juga perlu dioptimalkan agar *host* tetap dapat berkoordinasi dan memberikan solusi secara cepat. Selain itu, perusahaan disarankan untuk menerapkan sistem penjadwalan *host* secara bergilir guna memastikan ketersediaan pihak yang bertanggung jawab ketika terjadi masalah.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., & Sahfitri, V. (2022). Analysis of Online Transportation User Satisfaction Using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Important Performance Analysis (IPA) Methods In Palembang City. *Journal of Information Systems and Informatics*, 4(4), 1063–1075. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v4i4.396>
- Ahmed, Isfaq, Nawas, Mumahad, U. and I. (2010). Impacted of Service Quality on Customers Satisfaction. *Journal of Contemporary Research in Business*, 1(12), 22–45.
- Ahya, R., Suprpto., & Pratama, J. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Costumer Satisfaction Index (CSI) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus “Something Barbershop” Sragen). *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 4(2).
- Anggraini, L. D., Deoranto, P., & Iksari, D. M. (2015). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industri*, 4(2), 74–81.
- Danuri & Maisaroh, S. (2019). *Metodologi Penelitian*. Penerbit Samudra Biru (Anggota Ikapi).
- Daryanto & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dewati, R., & Saputro, W. A. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Herbal Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(2), 144. <https://doi.org/10.32585/ags.v4i2.889>
- Diyanto, A. C., Anwar, & Rahayu, J. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada Hotel Rosali Situbondo. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis – Universitas Muhammadiyah Jember*, 1–9. <http://repository.unmuhjember.ac.id/6172/>
- Fernando, R., Zulkarnain, Isnaini, S., Rakhmianti, R., Maryati, M., & Handayani, E. P. (2023). Analysis of Customer Satisfaction with Seller of Aglaonema Flower Plants. *Agro Bali : Agricultural Journal*, 6(3), 568–580. <https://doi.org/10.37637/ab.v6i3.1224>
- Hardiansyah. (2018). Kualitas Pelayanan Publik (edisi revisi). In *Gava media*. Gava Media.
- Hidayati, T., Handayani, I., & Iksari, I. H. (2019). *Statistika Dasar Panduan Bagi Dosen dan Mahasiswa*. CV. Pena Persada.
- Indrajaya, D. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas

Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index Pada UKM GALLERY. *Journal of Systems Engineering and Management*, 2(3), 1–6. <https://doi.org/10.36055/joseam.v3i1.24765>

Irawan, H. (2015). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.

Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Lusianti, D. (2017). PENGUKURAN KEPUASAN PESERTA JKN MELALUI PENDEKATAN IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 16(1), 17. <https://doi.org/10.14710/jspi.v16i1.17-25>

Maulana, M. H., & Nuruddin, M. (2024). Analysis Of Customer Satisfaction With Packaged Drinking Water Products Using Service Quality (SERVQUAL) And Importance Performance Analysis (IPA) Methods. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 10(1), 100. <https://doi.org/10.24014/jti.v10i1.29570>

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.

Putri, L. M., Wardani, M., & Nursansiwati, D. A. (2021). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Kopi dan Kualitas Pelayanan di Kedai Kopi Soehendar Coffe. *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, 8(1), 33–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.59050/jkk.v8i1.78>

Rizaldi, F. M., Wirakanda, G. G., & Pringgabayu, D. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Kereta Api Priority (Jakarta – Surabaya) Menggunakan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1716–1723. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4225>

Santi Diwyarthi, N. D. M., Citrawati, L. P., Darmiati, M., Mas Wiartha, N. G., Kusumarini, I., Adi Pratama, I. W., & Jata, I. W. (2024). The Influence of Marketing Strategy, Accessibility, and Tourism Support Infrastructure on Foreign Tourist Satisfaction in Bali, Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*, 2(08), 1538–1549. <https://doi.org/10.58812/wsis.v2i08.1200>

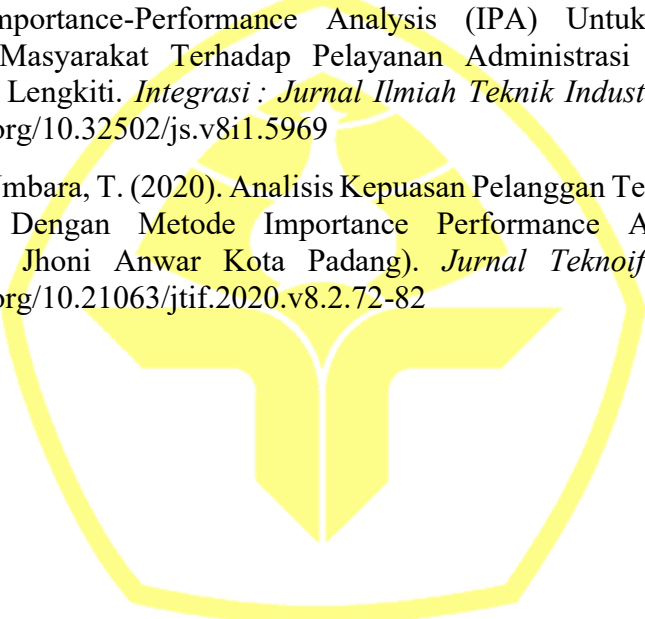
Setiawan, A. (2017). *Analisis Data Statistik*. Tisara Grafika.

Setyaningrum, F. E. (2020). Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Methods of Exclusive Matte Lip Cream. *IJIEM - Indonesian Journal of Industrial Engineering and Management*, 1(2), 116. <https://doi.org/10.22441/ijiem.v1i2.10220>

Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan. *Jurnal Diversita*, 7(1), 114–120. <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5190>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartini, L, C & Tias D, F, A. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Sumigar, R. F., Kimbal, M., & Kairupan, J. (2018). Kualitas Pelayanan Publik di Kantor UPTD Samsat Kosio Kabupaten Bolaang Mongondow. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 1(1), 1–11.
- Suryadharma, I. W. W., & Nurcahya, I. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(4), 930–942.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang.
- Wisudawati, N., Irfani, M. G., Hastarina, M., & Santoso, B. (2023). Penggunaan Metode Importance-Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan Kecamatan Lengkiti. *Integrasi : Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 8(1), 32–39. <https://doi.org/10.32502/js.v8i1.5969>
- Yulianti, E., & Umbara, T. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus :JNE Jhoni Anwar Kota Padang). *Jurnal Teknoif*, 8(2), 78–86. <https://doi.org/10.21063/jtif.2020.v8.2.72-82>



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI