

**ANALISIS PENGARUH *GREEN SERVICE QUALITY* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* DI  
AMARTERRA VILLAS BALI NUSA DUA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**GDE ERIC BHAWA WIJAYA**

**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH *GREEN SERVICE QUALITY* TERHADAP**  
***CUSTOMER SATISFACTION* DI**  
**AMARTERRA VILLAS BALI NUSA DUA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Diajukan Oleh:**

**GDE ERIC BHAWA WIJAYA**

**NIM. 1815834153**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA**  
**JURUSAN PARIWISATA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2022**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH *GREEN SERVICE QUALITY* TERHADAP**  
***CUSTOMER SATISFACTION* DI**  
**AMARTERRA VILLAS BALI NUSA DUA**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi pada Program  
Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Diajukan Oleh:**

**GDE ERIC BHAWA WIJAYA**

**NIM. 1815834153**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA**  
**JURUSAN PARIWISATA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2022**



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364

Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128

Laman: [www.pnb.ac.id](http://www.pnb.ac.id) Email: [poltek@pnb.ac.id](mailto:poltek@pnb.ac.id)

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gde Eric Bhawa Wijaya

NIM : 1815834153

Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

"Analisis Pengaruh *Green Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*" benar

bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Badung, 19 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,

Gde Eric Bhawa Wijaya

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH GREEN SERVICE QUALITY  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI  
AMARTERRA VILLAS BALI NUSA DUA**

Diajukan oleh

**GDE ERIC BHAWA WIJAYA**  
NIM. 1815834153

Telah disetujui dan Diterima dengan Baik oleh:

Dosen Pembimbing I,



**Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT**  
NIP.196007021990031001

Dosen Pembimbing II,



**Dr. I Nyoman Winia, M.Si.**  
NIP.196206112000031001

**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI**

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Pariwisata



**Prof. Ni Made Ernawati, MATM, PhD**  
NIP.196612081993032001

**ANALISIS PENGARUH GREEN SERVICE QUALITY  
TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI  
AMARTERRA VILLAS BALI NUSA DUA**

Telah Diujikan dan Dinyatakan Lulus Ujian pada:

Hari Selasa, 26 Juli 2022

PENGUJI

KETUA:



ANGGOTA:

  
JURUSAN PERHIMPUNAN  
POLITEKNIK NEGERI BALI

1. Ni Luh Eka Armoni, SE., M.Par  
NIP.196310261989102021



2. Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M.Par  
NIP.196211251990032001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Green Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di Amarterra Villas Bali Nusa Dua” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata. Skripsi ini disusun guna mengetahui bagaimana pengaruh *Green Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di Amarterra Villas Bali Nusa Dua.

Pada penyusunan skripsi ini tentu saja penulis menerima banyak bantuan berupa saran dan masukan serta bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. I Nyoman Abdi, S.E., MeCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah menyediakan fasilitas selama proses pembelajaran.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM., PhD., selaku Ketua Jurusan Pariwisata di Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan penulis kesempatan dan fasilitas untuk belajar di Jurusan Pariwisata
3. Dr. Gede Ginaya, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan dukungan dan fasilitas kepada penulis.

4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata serta Koordinator Skripsi yang telah memberikan pedoman, waktu, motivasi, dan saran kepada penulis.
5. Ni Luh Eka Armoni, SE., M.Par selaku Koordinator Praktik Kerja Lapangan yang selalu memberikan banyak pedoman kepada penulis selama Praktik Kerja Lapangan berlangsung
6. Ir. I Gusti Agung Bagus Mataram, MIT., selaku Dosen Pembimbing I yang dalam penyusunan skripsi ini selalu memberikan saran, bimbingan, dan masukan kepada penulis.
7. Dr. I Nyoman Winia, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak waktu, bimbingan, saran, dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Esy Wahyu Agustini selaku *Assistant Talent & Culture Manager* yang telah memberikan kesempatan dan bantuan selama penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Amarterra Villas Bali Nusa Dua sehingga penulis bisa membuat skripsi ini.
9. Julian Lasut, selaku *Front Office Manager* yang selalu memberikan ilmu dan pengetahuan mengenai *Front Office Department* yang dimana sangat berguna bagi penulis.
10. Arslan Soenoko, Rai Martana, dan Indah Permatasari selaku *Duty Manager* dan *Front Office Supervisor* yang selalu memberikan saran dan masukan serta data-data yang diperlukan penulis.

11. Seluruh *staff* Amarterra Villas Bali Nusa Dua yang telah membantu selama penulis melaksanakan penyusunan skripsi.
12. Bayu, Rai, dan Evi selaku sahabat yang selalu memotivasi dalam pembuatan skripsi.
13. Nenek saya Ni Ketut Soni dan I Made Oka Wjaya serta Ni Komang Ariani selaku orang tua, serta teman-teman dan kerabat yang telah membantu memberi semangat dan motivasi untuk penulis selama penyusunan skripsi.

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi kerangka acuan maupun pedoman bagi pembaca. Pada penelitian ini penulis menyadari masih banyak kekurangan atau kelemahan dikarenakan keterbatasan yang penulis miliki dan kendala yang penulis miliki dan kendala yang penulis hadapi selama proses penelitian, Oleh karena itu, penulis berharap pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penelitian selanjutnya menjadi lebih baik bermanfaat kedepannya.

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, Agustus 2022

Penulis

**ANALYSIS THE IMPACT OF GREEN SERVICE QUALITY ON  
CUSTOMER SATISFACTION AT AMARTERRA VILLAS  
BALI NUSA DUA**

**Gde Eric Bhawa Wijaya  
Nim. 1815834153**

**ABSTRACT**

*The background of this research is the satisfaction level of the customer based on green service quality served by the staff at Amarterra Villas Bali Nusa Dua. The purpose of this research is to find out the effect of staff's Green Service Quality in efforts to increase Guest Satisfaction and to find out the service indicators that need to be improved or maintained in improving the staff's quality of services. This study uses five dimensional analysis of service quality model. The population of this study were guests who stayed overnight and had experienced with the quality of staff's services with 85 respondents in total specified by incidental random sampling method. The data collected was analyzed using a servqual test that illustrated the gap between the expected quality of service (expectation) and the reality of service quality (perception) received by guests who staying at Amarterra Villas Bali Nusa Dua. Then, it is analyzed using a cartesius diagram to identify services based on the level of importance and customers satisfaction with the quality of staff services at Amarterra Villas Bali Nusa Dua. After integrating the servqual method and measuring the cartesius diagram, the dominant attribute is in quadran B, which means that staff Amarterra Villas Bali Nusa Dua already served a good services based on customer expectation*

*Keywords: Green Service Quality, Customer Satisfaction, Servqual Test, Importance Performance Analysis.*

# ANALISIS PENGARUH *GREEN SERVICE QUALITY* TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI AMARTERRA VILLAS BALI NUSA DUA

Gde Eric Bhawa Wijaya  
NIM. 1815834153

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki latar belakang mengenai tingkat kepuasan tamu yang pernah merasakan, menggunakan dan dilayani oleh *staff* pada Amarterra Villas Bali Nusa Dua. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat *green service quality staff* dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu pada Amarterra Villas Bali Nusa Dua dan untuk mengetahui indikator pelayanan yang mana perlu ditingkatkan dan dipertahankan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh staff di Amarterra Villas Bali Nusa Dua. Penelitian ini menggunakan analisa lima dimensi kualitas jasa dalam model servqual (*service quality*). Jumlah populasi penelitian ini adalah tamu yang menginap dan pernah merasakan kualitas pelayanan *staff* Amarterra Villas Bali Nusa Dua sebanyak 85 responden dengan metode penentuan sampel yaitu *incidental random sampling*. Data yang terkumpul dianalisa menggunakan kuesioner kemudian dianalisa menggunakan Uji Servqual yang menggambarkan kesenjangan (*gap*) kualitas pelayanan yang menjadi harapan tamu (*harapan*) dan kenyataan pelayanan yang dirasakan tamu (*kenyataan*) yang diterima oleh tamu yang menginap di Amarterra Villas Bali Nusa Dua. Selanjutnya, dianalisa menggunakan Diagram Kartesius untuk mengidentifikasi jasa berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan atas mutu layanan *staff* Amarterra Villas Bali Nusa Dua. Dari hasil pengintegrasian metode servqual dan pengukuran diagram kartesius, atribut dominan berada pada kuadran B yang berarti Amarterra Villas Bali Nusa Dua sudah mampu memberikan pelayanan yang baik untuk tamu.

Kata kunci: *Green Service Quality, Customer Satisfaction, Servqual, Importance Performance Analysis*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penulisan.....	5
1.4 Manfaat Penulisan.....	5
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1 Hotel .....	7
2.1.2 <i>Front Office Department</i> .....	11
2.1.3 <i>Green Service Quality</i> .....	16
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	21
2.1.5 Penelitian Sebelumnya .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
3.2 Objek Penelitian.....	25

3.3	Identifikasi Variabel.....	25
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4.1	<i>Green Service Quality (X)</i> .....	28
3.4.2	<i>Customer Satisfaction (Y)</i> .....	31
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5.1	Jenis Data.....	32
3.5.2	Sumber Data.....	33
3.6	Metode Penentuan Sampel.....	33
3.7	Metode Penentuan Data.....	34
3.7.1	Observasi.....	34
3.7.2	Kuesioner.....	34
3.7.3	Studi Kepustakaan.....	35
3.8	Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	35
3.4.3	Uji Validitas.....	35
3.4.4	Uji Reliabilitas.....	36
3.9	Teknik Analisis Data.....	36
3.9.1	Deskriptif Kualitatif.....	36
3.9.2	Deskriptif Kuantitatif.....	37
3.9.3	<i>Uji Service Quality (SERVQUAL Test)</i> .....	37
3.9.4	<i>Important Performance Analysis</i> .....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>45</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.1	Nama dan Alamat Perusahaan.....	45
4.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan.....	47
4.1.3	Bidang Usaha dan Fasilitas.....	49
4.1.4	Struktur Organisasi dan Job Description.....	58
4.2	Hasil dan Pembahasan.....	62
4.2.1	Karakteristik Responden.....	62
4.2.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	65
4.2.3	<i>Green Service Quality</i> Amarterra Villas Bali Nusa Dua.....	70
4.2.4	Indikator Pelayanan yang Perlu Ditingkatkan dan Dipertahankan Dalam Meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i> di Amarterra Villas Bali Nusa Dua ...	76

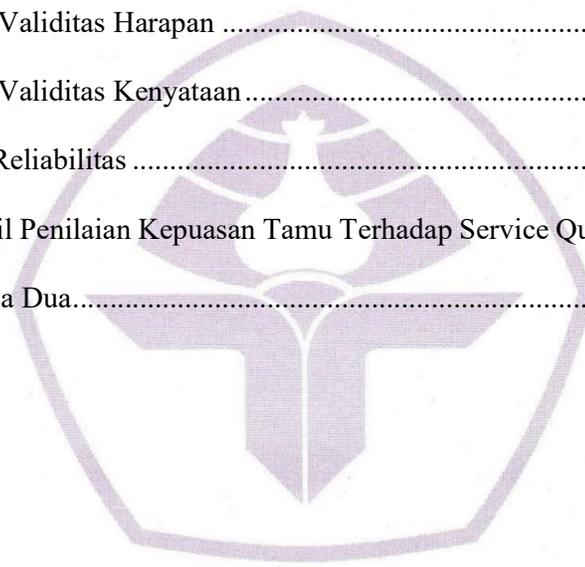
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>85</b>
5.1 Simpulan .....	85
5.2 Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>91</b>



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Kualitas Pelayanan.....	26
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	62
Tabel 4. 2 Uji Validitas Harapan .....	65
Tabel 4. 3 Uji Validitas Kenyataan.....	67
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4. 6 Hasil Penilaian Kepuasan Tamu Terhadap Service Quality di Amarterra Villas Bali Nusa Dua.....	70



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Diagram Kartesius.....	42
Gambar 4. 1 One Bedroom Private Pool Villa.....	51
Gambar 4. 2 Two Bedroom Private Pool Villa.....	52
Gambar 4. 3 Three Bedroom Private Pool Villa.....	54
Gambar 4. 4 Living Area Three Bedroom Villa.....	55
Gambar 4. 5 Terra Terrace Restaurant.....	56
Gambar 4. 6 Amarta Spa & Fitness Center.....	57
Gambar 4. 7 Lobby Amarterra Villas Bali.....	57
Gambar 4. 8 Struktur Organisasi Amarterra Villas Bali Nusa Dua.....	58
Gambar 4. 9 Struktur Organisasi Front Office Amarterra Villas Bali Nusa Dua .	58
Gambar 4. 10 Diagram Kartesius Indikator Pelayanan yang Perlu Ditingkatkan di Amarterra Villas Bali Nusa Dua.....	77

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....
Lampiran 2	Tabulasi Data Hasil Kuesioner Harapan .....
Lampiran 3	Tabulasi Data Hasil Kuesioner Kenyataan.....
Lampiran 4	Deskripsi Identitas Responden .....
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Harapan.....
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Kenyataan .....
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas Harapan.....
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas Kenyataan .....
Lampiran 9	Hasil Perhitungan Skor SERVQUAL .....
Lampiran 10	Perhitungan Skor Importance Performance Analysis.....

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# BABI

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di Indonesia, khususnya di Bali. Sektor kepariwisataan sebagai salah satu primadona dalam pembangunan industri dikembangkan dalam rangka lebih meningkatkan laju pembangunan nasional. Sektor kepariwisataan terbukti mampu menopang perekonomian rakyat dan sekarang ini keberadaannya sangat diperlukan dan merupakan salah satu sektor penting untuk memperoleh devisa dan peningkatan penerimaan pemerintah di luar minyak dan gas bumi. Produk wisata dihasilkan oleh berbagai perusahaan seperti jasa hotel, jasa angkutan, jasa hiburan, jasa penyelenggaraan tour dan sebagainya. Disediakan oleh masyarakat antara lain jalanan dan keramahtamahan rakyat. Disediakan oleh alam seperti pemandangan alam, pantai, lautan dan sebagainya. Untuk itulah perlu kiranya pemerintah senantiasa meningkatkan ketangguhan, kebijakan, dan meningkatkan perkembangan kepariwisataan dengan maksud untuk lebih mengembangkan ekonomi rakyat dan pencapaian hal-hal strategis antara pendapatan dan pemerataan kesempatan kerja, mendorong adanya pengembangan daerah, pemanfaatan sumber daya alam, dan pengembangan seni budaya, melalui industri pariwisata. (*Hakim.pdf*, n.d.).

Peran lingkungan juga tidak kalah pentingnya terhadap keberlangsungan pariwisata, dimana lingkungan yang bersih dan asri akan selalu lebih diutamakan

oleh para pelaku wisata. Pariwisata memiliki dampak positif maupun negatif terhadap lingkungan. Dampak positif berupa konservasi kawasan alam, peningkatan infrastruktur dan peningkatan kesadaran lingkungan. Sedangkan dampak negatifnya dapat berupa polusi air, polusi udara, penurunan ekologi, hingga permasalahan pengolahan limbah yang sangat serius, serta permasalahan penggunaan lahan. Untuk meminimalkan terjadinya pencemaran dan kerusakan tersebut perlu diupayakan adanya keseimbangan antara pembangunan dengan kelestarian lingkungan hidup. Peningkatan kegiatan ekonomi melalui sector pariwisata tidak boleh merusak sector lain, misalnya pembangunan hotel atau restoran tidak boleh merusak lahan pertanian. Konsep keselarasan antara pembangunan dengan kelestarian lingkungan hidup sering disebut pembangunan berwawasan lingkungan dan akhir-akhir ini lebih dikenal dengan pembangunan berkelanjutan.

Secara umum pembangunan berkelanjutan mempunyai ciri-ciri tidak merusak lingkungan hidup yang dihuni manusia, dilaksanakan dengan kebijakan yang terpadu dan menyeluruh serta memperhitungkan kebutuhan generasi yang akan datang (P., 2018). Permasalahan mengenai pencemaran lingkungan tersebut dewasa ini sudah mulai teratasi karena mulai banyaknya produk-produk yang layak dan ramah lingkungan baik produk berupa makanan, layanan, dan sebagainya. Saat ini beberapa perusahaan mulai mengembangkan program ramah lingkungan sebagai sarana untuk keberlanjutan bisnis mereka, contohnya hotel-hotel yang menerapkan program ramah lingkungan dengan cara menggunakan kertas bekas untuk

pembuatan *report*, mengelola kembali limbah cair dan padat, lingkungan kerja yang hijau, dan menjual berbagai produk yang tidak mengandung banyak zat kimia.

Kesinambungan antara industri dan lingkungan telah diaplikasikan oleh salah satu Villa di Bali yaitu Amarterra Villas Bali Nusa Dua by MGallery yang merupakan salah satu villa dibawah *Accor Hotels Management*, dimana Villa tersebut sudah menjalankan berbagai macam praktik ramah lingkungan baik melalui *service* maupun desainnya. Amarterra Villas Bali Nusa Dua memiliki 39 unit villa diantaranya 32 unit *1 bedroom villa*, 6 unit *2 bedroom villa*, dan 1 unit *3 bedroom villa* yang mengusung kombinasi konsep majapahit kuno dan *garden* di setiap unit villa dan areanya, serta menggunakan berbagai media ramah lingkungan dalam pelayanannya. Untuk mendukung operasionalnya, ada beberapa departemen yang mendukung, antara lain *Front Office Department*, *Sales & Marketing Department*, *Housekeeping Department*, *F&B Department*, *Engineering Department*, dan departemen – departemen lainnya, hal tersebut membantu Amarterra Villas Bali Nusa Dua dalam memberikan kenyamanan tersendiri bagi tamu, khususnya tamu yang memiliki minat tersendiri dengan konsep *eco-friendly*. Pada saat penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, terdapat beberapa *complaint* mengenai keterlambatan dalam *handling* barang tamu yang *checkout* dikarenakan banyaknya tamu *checkout* dalam waktu yang bersamaan, dan keterbatasan fasilitas *buggy* dan tenaga *staff* yang mengakibatkan beberapa tamu membawa barang-barangnya sendiri. Tamu – tamu yang tertarik dan nyaman terhadap konsep ramah lingkungan, pelayanan, dan produk dari Amarterra Villas Bali Nusa Dua memiliki kepuasan tersendiri dan akan memilih Amarterra Villas

Bali Nusa Dua sebagai “rumah untuk pulang” untuk kemudian menghabiskan waktunya untuk kembali menginap di Amarterra Villas Bali Nusa Dua, maka dari itu Amarterra Villas Bali Nusa Dua mengusung konsep pelayanan ramah lingkungan yang disebut dengan *Green Service Quality*.

Konsep *Green Service Quality* sangat berkaitan dengan masalah bahwa sumber daya alam sangat terbatas, sedangkan penggunaan bahan dan energi untuk produksi dan konsumsi tumbuh sangat pesat belakangan ini. Dengan adanya konsep *Green Service Quality*, diharapkan permasalahan tersebut bisa teratasi melalui pelayanan yang ramah lingkungan, contoh kecilnya adalah mengurangi penggunaan sumber daya alam dalam pelayanan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Green Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di Amarterra Villas Bali Nusa Dua.

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimakah pengaruh *Green Service Quality* dalam upaya meningkatkan *Customer Satisfaction* pada Amarterra Villas Bali Nusa Dua?
2. Indikator pelayanan yang mana perlu ditingkatkan dan dipertahankan dalam meningkatkan *Green Service Quality* oleh *staff* di Amarterra Villas Bali Nusa Dua?

### 1.3 Tujuan Penulisan

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

1. Untuk mengetahui pengaruh *Green Service Quality* dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu pada Amarterra Villas Bali Nusa Dua.
2. Untuk mengetahui indikator pelayanan yang mana perlu ditingkatkan dan dipertahankan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *staff* di Amarterra Villas Bali Nusa Dua.

### 1.4 Manfaat Penulisan

#### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, skripsi ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan serta menjadi pedoman dalam pengembangan ilmu pengetahuan pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Analisis Pengaruh *Green Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

##### 1. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Bali

Diharapkan skripsi ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali yang akan melakukan penelitian selanjutnya mengenai Analisis Pengaruh *Green Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*.

##### 2. Manfaat Bagi Amarterra Villas Bali Nusa Dua

Diharapkan skripsi ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi seluruh *staff* Amarterra Villas Bali Nusa Dua akan pentingnya pengaruh *Green Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*.

### **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.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1.Landasan Teori**

Dalam penelitian ini berpedoman pada teori – teori para ahli yang terkait dengan penelitian ini. Teori – teori yang digunakan adalah mengenai Hotel, *Front Office Department, Green Service Quality, Customer Satisfaction*.

##### **2.1.1 Hotel**

###### **1. Definisi Hotel**

Hotel menurut (Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, 2016) adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Sedangkan menurut Sulastiyono pada (Nusantara & Pariwisata, 2021), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Dalam SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 dalam, (Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, 2016) hotel adalah

"Suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

## 2. Penggolongan Hotel

Pemerintah telah menetapkan kualitas dan kuantitas hotel yang menjadi kebijaksanaan yang berupa standar jenis klasifikasi yang ditujukan serta berlaku bagi suatu hotel (Nusantara & Pariwisata, 2021). Penentuan jenis hotel berdasarkan letak, fungsi, susunan organisasinya dan aktifitas penghuni hotel sesuai dengan SK Menteri Perhubungan RI No. 241/4/70 tanggal 15 Agustus 1970. Hotel digolongkan atas:

- a. *Residential* Hotel, yaitu hotel yang disediakan bagi para pengunjung yang menginap dalam jangka waktu yang cukup lama. Tetapi tidak bermaksud menginap. Umumnya terletak dikota, baik pusat maupun pinggir kota dan berfungsi sebagai penginapan bagi orang-orang yang belum mendapatkan perumahan dikota tersebut.
- b. *Transietal* Hotel, yaitu hotel yang diperuntukkan bagi tamu yang mengadakan perjalanan dalam waktu relatif singkat. Pada umumnya jenis hotel ini terletak pada jalan jalan utama antar kota dan berfungsi sebagai terminal point. Tamu yang menginap umumnya sebentar saja, hanya sebagai persinggahan.
- c. *Resort* Hotel, yaitu diperuntukkan bagi tamu yang sedang mengadakan wisata dan liburan. Hotel ini umumnya terletak didaerah rekreasi/wisata.

Hotel jenis ini pada umumnya mengandalkan potensi alam berupa view yang indah untuk menarik pengunjung.

Penentuan jenis hotel yang didasarkan atas tuntutan tamu sesuai dengan keputusan Menteri Perhubungan RI No.PM10/PW.301/phb-77, dibedakan atas:

- a. *Business* hotel, yaitu hotel yang bertujuan untuk, melayani tamu yang memiliki kepentingan bisnis.
- b. *Tourist* hotel, yaitu bertujuan melayani para tamu yang akan mengunjungi objek objek wisata.
- c. *Sport* hotel, yaitu hotel khusus bagi para tamu yang bertujuan untuk olahraga atau *sport*.
- d. *Research* hotel yaitu fasilitas akomodasi yang disediakan bagi tamu yang bertujuan melakukan riset.

Sedangkan penggolongan hotel dilihat dari lokasi hotel menurut Keputusan Dirjen Pariwisata terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. *Resort* hotel (pantai/gunung), yaitu hotel yang terletak didaerah wisata, baik pegunungan atau pantai. Jenis hotel ini umumnya dimanfaatkan oleh para wisatawan yang datang untuk wisata atau rekreasi.
- b. *City* hotel (hotel kota), yaitu hotel yang terletak diperkotaan, umumnya dipergunakan untuk melakukan kegiatan bisnis seperti rapat atau pertemuan - pertemuan perusahaan.

Sedangkan berdasarkan bentuk denah dan *site* dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. *American Plan*

1) *Full American Plan*

Harga kamar sudah termasuk 3 kali makan (pagi, siang dan malam)

2) *Modified American Plan*

Harga kamar sudah termasuk dengan dua kali makan, dimana salah satu diantaranya harus makan pagi (breakfast); mis: (room + breakfast + lunch) & (room + breakfast + dinner)

b. *Continental Plan/Bermuda Plan*

Harga kamar sudah termasuk kontinental breakfast

c. *European Plan*

Tamu yang menginap hanya membayar kamar saja

Selain hotel, ada pula jenis – jenis akomodasi lainnya yang tujuannya memberikan sarana untuk tamu menginap, diklasifikasikan sebagai berikut:

a. *Cottage* (Bungalow)

*Cottage* atau *bungalow* mirip dengan resort yaitu akomodasi yang berlokasi di sekitar pantai, danau, atau pegunungan dengan bentuk bangunan – bangunan terpisah seperti pondok. Umumnya disewakan untuk keluarga dan dilengkapi dengan fasilitas rekreasi.

b. *Villa*

*Villa* adalah jenis penginapan berbentuk rumah hunian yang biasanya disewakan untuk tempat tinggal sekaligus berlibur. *Villa* umumnya berada di daerah yang jauh dari keramaian di daerah pegunungan atau pantai dengan hawa sejuk dan suasana asri

c. *Logement* (Losmen)

Losmen adalah jenis penginapan yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan disewakan untuk orang yang datang untuk beristirahat sementara waktu dengan / tanpa minum.

d. *Inn*

*Inn* mirip dengan losmen yaitu tempat yang menyediakan penginapan, makan dan minum, serta pelayanan umum lainnya, disewakan kepada orang – orang yang singgah untuk sementara waktu dengan jangka waktu menginap terbatas.

e. Motel

Motel singkatan dari motor hotek yaitu penginapan yang terletak di luar kota dan berada di pinggir jalan raya. Umumnya jenis penginapan ini dikhususkan bagi mereka yang sedang melakukan perjalanan antar kota dan butuh menginap. Motel hamper sama dengan hitel namun memiliki tempat parkir mobil dekat dengan kamar.

## 2.1.2 *Front Office Department*

### 1. *Pengertian Front Office*

Untuk meningkatkan kualitas layanan di sebuah hotel, dapat dilakukan dengan berbagai cara khususnya oleh departemen yang langsung berhubungan dengan tamu. Menurut Darsono pada (Wiwin, 2017) “Kantor Depan adalah salah satu departemen di hotel yang secara operasional berhubungan langsung dengan tamu”. *Front Office Department* adalah departemen yang terletak paling depan di

hotel dan merupakan tempat yang pertama akan dituju oleh tamu. Hampir semua kegiatan yang ada di *Front Office Department* berhubungan langsung dengan tamu, dimulai dari sebelum kedatangan tamu, pada saat kedatangan, pada saat tamu tinggal di hotel, sampai pada saat tamu meninggalkan hotel.

Menurut Soenarno pada (Wiwin, 2017) “*Front Office* adalah departemen yang menangani tamu yang akan menggunakan kamar, mulai dari reservasi, penyambutan (*Receptionist*), tamu datang (*Check In*) sampai tamu meninggalkan hotel (*Check Out*)”. Dengan demikian *Front Office Department* tidak hanya bertanggung jawab dalam penerimaan tamu dan registrasi, tetapi dalam semua kegiatan yang menyangkut kepentingan tamu hotel, mulai dari proses pemesanan kamar, penyambutan saat tamu datang, selama menginap, serta proses di saat tamu akan meninggalkan hotel. Oleh karena itu *Front Office Department* mempunyai peranan penting dalam operasional sebuah hotel.

## **2. Tugas *Front Office Department***

Peneliti terdahulu Wisnu Hadi (2014) pada (Wiwin, 2017) menyebutkan bahwa pada dasarnya, tugas utama dari Front Desk Agent adalah melayani segala kebutuhan administrasi dan informasi tamu hotel dari check in sampai dengan check out. Semakin menjamurnya hotel berbintang maupun non bintang menuntut staf front desk untuk memiliki performa yang mampu memberikan kepuasan sebaik mungkin melalui layanan yang di berikan. Untuk menjadi seorang Front Desk Agent di sebuah Hotel, seseorang harus mempunyai kemampuan dasar mulai dari menangani penerimaan tamu, pemesanan kamar, menerima dan membuat

panggilan telepon, memeriksa tagihan tamu sampai kepada membuat laporan harian. Adapun peranan penting staf front desk di sebuah Hotel bintang maupun non bintang antara lain:

a. Pelayanan *Telephone Operator*

Sebagai *single counter*, *Front Desk Agent* harus mampu melakukan dan merangkap pekerjaan *section* lain

yang masih dalam lingkup departemen *Front Office*. Salah satunya berperan sebagai *telephone operator*. Adapun tugas umum yang sering dilakukan adalah menerima dan menghubungkan panggilan telepon dari luar, dan melayani permintaan *Wake Up Call*.

b. Pelayanan Reservasi

*Front Desk Agent* wajib melayani tamu yang hendak bertanya mengenai informasi maupun melakukan pemesanan kamar. Lebih seringnya adalah menangani reservasi dari segementasi *FIT (Individu, travel agent, dan corporate)* melalui telepon.

c. Pelayanan Kedatangan

Dalam aktivitas sehari-hari biasanya tamu dibagi menjadi tamu *individu* dan tamu rombongan. Pelayanan kedatangan untuk tamu *Individu* yang telah melakukan pemesanan kamar di sebuah hotel, *staff front desk* harus mampu memberikan pelayanan prima sehingga tamu merasa seperti berada di rumah sendiri. Ketika terdapat reservasi dari tamu individu dengan memakai *publish rate* yang paling mahal, sehari sebelum tanggal kedatangan staf *Guest Relation Office* menyiapkan lembar

registrasi di dalam kamar tamu yang telah dialokasikan nomornya oleh *Front Desk Agent*, memesan welcome fruit ke bagian food product, dan menulis welcome card yang telah di tandatangani secara langsung oleh General Manager. Ketika tamu datang maka tamu tersebut tidak perlu lagi mengantri di front desk atau harus menunggu lama untuk mendapatkan kunci kamar, karena preregistrasi telah di siapkan dengan sempurna termasuk proses permintaan *deposit* dan *ID card* dilakukan *staff* yang mendatangi kamar tamu, inilah sistem *Express Check In* yang mampu membuat setiap tamu bisa merasakan pelayanan tamu VIP tanpa harus memiliki suatu jabatan yang tinggi di sebuah perusahaan. Hal tersebut diatas adalah hal kecil yang mampu menciptakan suasana positif tamu ketika pertama kali datang di hotel, jika perasaan tamu telah senang dengan pelayanan pertama, aka pasti selalu berfikir baik pula untuk menikmati pelayanan lain selanjutnya, inilah yang disebut pentingnya makna "*first impression*" dalam membentuk kesan nyaman dan citra positif seorang *Front Desk* di mata para pelanggan.

d. Pelayanan Informasi

*Hotel product knowledge* sangatlah penting untuk menunjang penampilan dan pelayanan terhadap tamu. *Front Desk Agent* harus memahami dengan benar pelayanan dan fasilitas apa saja yang dimiliki hotel. Terlepas dari semua itu, *Front Desk Agent* adalah sumber informasi dari semua bagian hotel yang harus mampu menghadirkan

informasi tidak hanya di dalam area hotel tetapi juga informasi dari area luar hotel.

e. Pelayanan Transaksi Keuangan (*Front Office Cashier & Night Audit*)

*Front Desk Agent* juga mempunyai peran sebagai *Front Office Cashier* yang mengatur dan menangani transaksi keuangan tamu. Dalam perannya sebagai *Front Office Cashier*, *staff front desk* memiliki tanggung jawab yang besar karena akan berhubungan langsung dengan uang dan tagihan tamu, selain melakukan penagihan, *Front Desk Agent* juga wajib memasukkan data transaksi ke dalam sistem hotel. Di samping sebagai *Front Office Cashier*, *Front Desk Agent* juga harus mampu berperan sebagai *Night Auditor* di mana tanggung jawabnya lebih besar dibanding *cashier*. *Night Audit* hanya berlaku bagi *staff front desk* pria karena jam kerjanya di malam hari. *Night Audit* bertugas merangkum semua transaksi yang terjadi selama 24 jam dan memeriksa semua tagihan tamu di tiap-tiap kamar di dalam sistem hotel dengan cara memeriksa seluruh *supporting bill* dibantu dengan catatan yang ada di *front desk logbook*. *Night Audit* ini berperan meminimalisir terjadinya kesalahan dalam posting transaksi dan menyediakan laporan keuangan harian bagi departemen *Accounting*.

f. Pelayanan *Express Check Out*

*Express Check Out* adalah pelayanan *check out* yang dilakukan untuk tamu di dalam kamar. Tidak ada batasan waktu untuk layanan ini, namun pada umumnya sering kali tamu meminta untuk melakukan

*express check out* sebelum waktu tidur. Layanan ini dilakukan dengan mencetak semua tagihan tamu selama menginap kemudian Front Desk Agent menanyakan untuk *settlement* tagihan dilakukan secara tunai atau dengan kartu kredit. Namun apabila tamu menghendaki dengan kartu debit maka tamu harus bersedia menuju *front desk*.

g. Menangani Keluhan Tamu

Tidak semua tamu merasa puas dengan layanan yang diberikan. Ada kalanya apa yang telah diberikan tidak sesuai dengan harapan. Situasi rumit seperti ini bisa memancing amarah, maka *Front Desk Agent* harus melakukan peranannya untuk meredam amarah tamu dan mencari solusi terbaik untuk kedua belah pihak. Tidak semua masalah yang muncul harus diselesaikan oleh *Supervisor* atau *Manager*. Apabila *Front Desk Agent* berhasil meredam emosi dan mengembalikan perasaan tamu senang kembali seperti tidak ada permasalahan, maka *Front Desk Agent* tersebut telah berhasil membangun citra positif hotel yang patut untuk dijadikan pilihan akomodasi setiap kunjungan dengan pelayanan staf yang berkualitas.

### 2.1.3 *Green Service Quality*

#### 1. *Pengertian Service Quality*

Menurut Sugiyono pada (Kadek Ngurah Astana et al., 2014) Kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk dan jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku di tempat produk diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diharapkan konsumen. Pernyataan ini mempertegas bahwa kualitas pelayanan

adalah tingkat keunggulan tertentu yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk memuaskan dan memenuhi keinginan konsumen.

Sedangkan menurut Tjiptono pada (Susepti, n.d.) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan atau melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik, ideal dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.

Berdasarkan pengertian *Service Quality* atau Kualitas Pelayanan diatas, maka dapat disimpulkan jika sebuah kualitas pelayanan adalah sebuah penyajian pelayanan yang dapat memenuhi bahkan melebihi ekspektasi pelanggan sehingga pelanggan merasa baik dan puas.

## 2. Pengertian *Green Service*

*Green Service* atau pelayanan hijau merupakan sebuah pelayanan ramah lingkungan yang dapat mengurangi polusi, limbah, dan menghemat sumber daya alam (Xu, 2021). Saat ini, penyediaan layanan atau *service* sangat bergantung pada berbagai komponen fisik, sumber daya, dan peralatan yang menimbulkan ancaman bagi lingkungan alam, yang kemudian tercermin pada aspek – aspek berikut:

- a. Zat berbahaya, yang terkandung dalam beberapa produk yang disediakan dalam proses pelayanan akan berdampak negatif bagi masyarakat dan

lingkungan. Contohnya *souvenir* yang disediakan oleh layanan pariwisata maupun makanan dan peralatan makanan yang disediakan oleh *restaurant*.

- b. Pemborosan sumber daya, yang digunakan dalam proses layanan juga akan menghasilkan berbagai jenis limbah berupa gas, air, dan polusi lainnya. Misalnya gas yang dihasilkan oleh industri transportasi, dan sebagainya.

Jadi, dari pengertian kualitas pelayanan dan *green service* dapat disimpulkan bahwa *green service quality* adalah pelayanan yang harus diberikan oleh sebuah perusahaan untuk memenuhi keinginan tamu dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik dan *professional* agar dapat memenuhi ekspektasi pelayanan yang diinginkan oleh tamu tersebut dan dengan menerapkan pelayanan yang ramah lingkungan seperti mengurangi transaksi menggunakan uang kertas, memanfaatkan kertas *recycle* terlebih dahulu untuk mengurangi sampah kertas, karyawan memberikan pelayanan dengan penuh semangat dan dengan sangat teliti, memberikan penjelasan kepada tamu tentang betapa pentingnya produk sekali pakai berdampak kepada lingkungan.

### **3. Indikator *Green Service***

Indikator pelayanan yang dikategorikan menurut (Xu, 2021) sebagai *Green Service* adalah sebagai berikut:

- a. Penggunaan sumber daya alam, yaitu pelayanan yang memiliki tingkat pemanfaatan daur ulang yang tinggi.
- b. Pengurangan polusi, konsumen melihat *Green Service* sebagai pelayanan yang rendah polusi baik polusi limbah cair, udara, maupun padat.

- c. Hemat energi, menggunakan transportasi maupun pendingin ruangan yang telah mendapatkan label *eco-friendly*.

#### 4. Dimensi *Service Quality*

Dimensi *Service Quality* menurut (Mariska & Shihab, 2016) yang dikutip dari Parasuraman, Zeithaml dan Berry melalui penelitiannya, menyebutkan ada lima dimensi *Service Quality*. Kelima dimensi tersebut yaitu *Tangible* (berwujud), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (tingkat *responsive* atau tanggap), dan *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati).

##### a. *Tangible* (Berwujud)

*Tangible* berkaitan dengan penampilan fisik, fasilitas, sarana dan lingkungan. Menurut (Pena et al, 2013) *tangible* menggambarkan fasilitas fisik, peralatan, produk, dan material yang dapat ditangkap oleh panca indra manusia. Dimensi *tangible* (berwujud) membangun kesan (impresi) konsumen, berdampak pada penciptaan kepuasan. *Tangible* juga diperlihatkan pada tata ruang, dekorasi, artefak, pencahayaan (*lighting*) yang unik dan menarik untuk menciptakan kesan baik.

##### b. *Reliability* (Kehandalan)

*Reliability*, kemampuan perusahaan memenuhi janji (*promise*) secara lengkap, tepat, dan akurat kepada konsumen, atas produk yang ditawarkan. *Reliability* (kehandalan) berkaitan langsung dengan ciri-ciri: kemampuan menunjukkan kejujuran bukan kebohongan, kemampuan memberikan pelayanan secara konsisten, komitmen untuk memberikan pelayanan secara konsisten. *Reliability* merupakan dimensi

utama membentuk kesan konsumen. Kemampuan perusahaan memenuhi dimensi *reliability* (kehandalan) secara langsung menciptakan kepuasan konsumen.

c. *Responsiveness* (Respon dan Tanggung Jawab)

*Responsiveness*, kemampuan perusahaan melaksanakan pelayanan secara bertanggung jawab dengan cara memberikan respon cepat, tepat sehingga membantu mengatasi persoalan yang dihadapi konsumen.

*Responsiveness* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk hadir secara sukarela (*volunteer*) kepada konsumen, memberikan pelayanan dan perhatian sebagai bentuk tanggungjawab (Pena et al, 2013).

d. *Assurance* (Jaminan)

Dimensi *assurance* (jaminan) berkaitan langsung dengan faktor orang. Kemampuan orang (pegawai/karyawan) perusahaan melayani konsumen sehingga terbangun percaya (*trust*) dan percaya diri (*confidence*). *Assurance* ini berkaitan dengan kompetensi orang pada bidang kerja tertentu. Kredibilitas orang dalam menjalankan bidang

kerja tertentu dan kesopanan orang (*courtesy*)

e. *Empathy* (Empati)

*Empathy*, kemampuan orang dan perusahaan memberikan perhatian dengan memahami apa yang dirasakan konsumen, dan melayani dengan baik. Perusahaan tahu dan memahami perasaan konsumen. Tetapi lebih dari itu, orang dan perusahaan mampu memberikan solusi melalui

layanan terbaik. *Empathy* mencakup aspek *accessibility & sensitivity* dan upaya untuk memahami kebutuhan konsumen (Pena et al, 2013)

#### **2.1.4 Customer Satisfaction**

##### **1. Definisi Customer Satisfaction**

Kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) adalah kemampuan suatu produk memenuhi ekspektasi konsumen. Kepuasan merupakan ekspresi kemampuan suatu produk memenuhi ekspektasi sama atau di atas ekspektasi konsumen. Produk yang memenuhi ekspektasi maka menciptakan kepuasan (*satisfier*) dan produk yang tidak memenuhi ekspektasi menghasilkan ketidakpuasan (*dissatisfier*) (Mariska & Shihab, 2016).

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui menurut (Gerson, 2010) pada (Gultom, Dedek Kurniawan; Arif, 2020). Kepuasan pelanggan bermakna perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk tersebut. Bila konsumen merasakan performa produk sama atau melebihi ekspektasinya, berarti mereka puas. Sebaliknya jika performa produk kurang dari ekspektasinya, berarti mereka tidak puas. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

##### **2. Metode Dalam Mengukur Customer Satisfaction**

Menurut Kotler sebagaimana yang dikutip oleh Tjiptono pada (Susepti, n.d.) terdapat empat metode dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

- a. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) harus memberikan kesempatan penuh dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya untuk menyampaikan pendapat, kritik, saran ataupun keluhan mereka.

b. Survei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan perlu untuk melakukan survei melalui pos, telepon, *website*, maupun wawancara langsung terhadap kualitas jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

c. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

d. *Lost Customer Analysis*

Metode ini dilakukan dengan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau berpindah agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi agar dapat mengambil kebijakan perbaikan ataupun penyempurnaan.

### 2.1.5 Penelitian Sebelumnya

Tinjauan hasil penelitian sebelumnya yang dimaksud adalah kajian hasil-hasil karya tulis yang relevan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian tersebut akan diuraikan secara singkat, yang selanjutnya penjelasan – penjelasan tersebut akan dijadikan rujukan untuk melengkapi penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguraikan secara singkat beberapa hasil penelitian sebelumnya diantaranya, sebagai berikut:

Hasil penelitian pertama adalah penelitian dari (Fitri et al., 2021) yang berjudul ”*Analysis of Service Quality Towards Repeater Guest Satisfaction at The Samaya Seminyak*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seperti apa kepuasan *Repeater Guest* terhadap kinerja The Samaya Seminyak, serta untuk mengetahui indikator – indikator apa saja yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan tamu di The Samaya Seminyak. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah *Servqual Test* dan *Important Performance Analysis* sebagai alat untuk mengukur kepuasan tamu terhadap kinerja The Samaya Seminyak. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada metode *Servqual Test* dan *Important Performance Analysis* sedangkan perbedaannya adalah pada lokasi penelitian.

Hasil penelitian kedua adalah penelitian dari (Susepti, n.d.) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan: pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu hotel; pengaruh kualitas pelayan terhadap loyalitas tamu hotel; pengaruh kepuasan terhadap loyalitas tamu hotel. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kepuasan tamu hotel, dan loyalitas tamu hotel. Populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu hotel mahkota plengkung yang pernah menginap lebih dari satu kali. Sampel sebanyak 113 orang responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling* dengan metode pengambilan data menggunakan kuisioner. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dibuat adalah pada metode pengumpulan data

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Tingkat *Customer Satisfaction* terhadap *Green Service Quality staff* di Amarterra Villas Bali Nusa Dua menunjukkan bahwa seluruh tingkat kesenjangan adalah positif. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *Green Service Quality* yang diberikan oleh *staff* Amarterra Villas Bali Nusa Dua sudah baik dan harapan tamu terhadap kinerja *staff* sudah memuaskan, sehingga para tamu merasa puas dan nyaman menginap di Amarterra Villas Bali Nusa Dua.
2. Sesuai dengan hasil *Importance Performance Analysis*, terdapat beberapa indikator yang harus dipertahankan. Indikator kualitas jasa yang perlu dipertahankan yaitu mengenai kebersihan lingkungan, keramahan kepada tamu, ketanggapan dalam menangani keluhan tamu, ketanggapan dalam menangani barang bawaan tamu, dan juga *professional* dalam melayani tamu. Hasil *Importance Performance Analysis* yang perlu ditingkatkan yaitu seperti menyediakan kamar dengan tepat waktu, ketanggapan dalam memenuhi kebutuhan tamu, ketanggapan dalam memberikan informasi mengenai villa.

## 5.2 Saran

*Staff* Amarterra Villas Bali diharapkan dapat lebih memperhatikan setiap tamu baik grup, keluarga maupun perorangan dalam menawarkan bantuan dan mengurus semua kebutuhan tamu. *Staff* harus memiliki kemampuan menangani tamu dengan baik sehingga tamu yang menginap di Amarterra Villas Bali Nusa Dua merasa nyaman untuk tinggal dan menginap.

1. Dengan adanya pengaruh positif pada *Green Service Quality staff* dalam upaya meningkatkan *Customer Satisfaction* oleh *staff* Amarterra Villas Bali Nusa Dua maka pihak Amarterra Villas Bali Nusa Dua harus mampu mempertahankan kinerja dan akan jauh lebih baik lagi bila mampu menyesuaikan dengan kebutuhan – kebutuhan lain tamu kedepannya. Contohnya adalah menyesuaikan dengan *culture* tamu karena setiap negara memiliki kebiasaan yang berbeda-beda dan juga standar tamu akan selalu meningkat seiring berjalannya waktu.
2. Dengan hasil uji *Importance Performance Analysis*, terdapat beberapa indikator yang sebaiknya ditingkatkan dan dipertahankan. Indikator kualitas jasa yang perlu dipertahankan yaitu mengenai kebersihan lingkungan dengan cara memperbaiki *schedule* pembersihan. Mengenai keramahan kepada tamu dimana para *staff* harus membiasakan tersenyum jika ada tamu yang lewat. Mengenai ketanggapan dalam menangani keluhan tamu dengan cara mengadakan training secara berkala mengenai keluhan tamu Ketanggapan dalam menangani barang bawaan tamu dimana *staff* agar selalu tanggap dalam menangani barang bawaan tamu dengan cara yang

tidak berlebihan agar para tamu tetap merasa nyaman. Mengenai *professionalisme* dalam melayani tamu dimana harus selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas para *staff*. Hasil *Importance Performance Analysis* yang perlu ditingkatkan yaitu seperti menyediakan kamar dengan tepat waktu dimana para tamu yang menginap pasti kelelahan dengan perjalanan dan aktivitas mereka sebelum sampai di hotel / villa, sehingga pentingnya bagian reservasi untuk memastikan *expected arrival time* tamu sehingga *department front office* dapat meminta tamu yang *stay* sebelumnya di kamar yang sama untuk *check-out* tepat waktu agar *department housekeeping* dapat menyediakan kamar tamu lebih dini. Mengenai ketanggapan dalam memenuhi kebutuhan tamu, seluruh *staff* Amarterra Villas Bali Nusa Dua sebaiknya selalu berkomunikasi dan selalu memperhatikan informasi grup agar tidak ada kebutuhan tamu yang terabaikan. Mengenai ketanggapan dalam memberikan informasi mengenai villa dimana sebaiknya seluruh *staff* Amarterra Villas Bali Nusa Dua memahami informasi dengan baik agar tidak ada informasi villa yang tidak tersampaikan, atau setidaknya terdapat sebuah petunjuk arah dan buku yang *update* mengenai villa agar tamu lebih mengenali informasi mengenai villa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27, 02(1), 59.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Penerbit Gava Media.
- Ernanda, D., & Sugiyono. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10), 8. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/338>
- Fitri, I., Sari, K., Agung, I. G., Mataram, B., Made, D., Antara, S., Nyoman, G., & Murni, S. (2021). *Analysis of service quality towards repeater guest satisfaction at The Samaya Seminyak Number of Repeaterers*. 3(1), 15–20.
- Gultom, Dedek Kurniawan; Arif, M. F. M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- hakim.pdf*. (n.d.).

- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Kadek Ngurah Astana, Made Nuridja, & Luh Indrayani. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel Dan Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu Pada Hotel Legong Keraton Di Kabupaten Badung Tahun 2013. *Manajemen Pemasaran*, 4(1), 1–13.
- Mariska, Z., & Shihab, M. (2016). Pengaruh Dimensi Service Quality Terhadap Kepuasan Tamu Hotel dan Dampaknya Terhadap Behaviour Intention (Studi Kasus Pada Hotel Aston Kuningan Suites-Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 217–234.
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2016). Manajemen Pemasaran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 15–60.
- Nusantara, J., & Pariwisata, J. I. (2021). 2) 1,2). 4(2), 33–43.
- P., P. T. F. (2018). TUGAS HUKUMLINGKUNGAN KEBIJAKAN HUKUMPARIWISATA di BIDANG LINGKUNGAN. *Magister Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 3, 1–19.
- Prakoso, P. A., & Handoko, Y. (2020). Terhadap Kepuasan Tamu Pada Departemen Front Office Di Hotel Bwalk , Dau , Malang the Effect of Work Systems and Service Quality Toward Guest Satisfaction At Front Office Department. 8, 260–269.

Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen (JAM)*, 18(02), 12–31.

Putu, N. I., Sari, R., Pariwisata, F., & Udayana, U. (2016). *Literatur Review Perilaku Konsumen Pada “ First Time Visitor and Repeater Visitor Di Destinasi Pariwisata Dunia.*

Susepti, A. (n.d.). *KEPUASAN DAN LOYALITAS TAMU HOTEL ( Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi ).* 50s(5), 27–36.

Tjiptono, F. (2012). *Prinsip-prinsip Total Quality Service.* CV Andi Offset.

Wiwin, W. (2017). Front Office Department dan Peranannya Dalam Layanan Tamu Hotel. *Bisnis Dan Teknologi*, 4(1), 62–70.

Xu, Q. (2021). *Study on Green Service Development.* 2(11), 385–393.  
<https://doi.org/10.6981/FEM.202111>

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI