

Analisis Pengaruh Green Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Amarterra Villas Bali Nusa Dua

Gde Eric Bhawa Wijaya ^{1*}, I Gusti Agung Bagus Mataram ², I Nyoman Winia ³

¹ D4 Manajemen Bisnis Pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

² D4 Manajemen Bisnis Pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

³ D4 Manajemen Bisnis Pariwisata, Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: wijayaeric17@gmail.com

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

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada Oktober 2022

Pendahuluan

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. Sedangkan 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.

Maka dari itu perkembangan bisnis pariwisata memberikan beberapa dampak bagi lingkungan seperti pencemaran limbah dan sebagainya, sehingga membutuhkan sebuah ekosistem dengan pembangunan berkelanjutan yang mempunyai ciri-ciri tidak merusak lingkungan hidup yang dihuni manusia, dilaksanakan dengan kebijakan yang terpadu dan menyeluruh serta memperhitungkan kebutuhan generasi yang akan datang (Prabowo, 2018) serta sebuah pelayanan ramah lingkungan yang dapat mengurangi polusi-polusi tersebut. *Green service* atau pelayanan hijau merupakan sebuah pelayanan ramah lingkungan yang dapat mengurangi polusi, limbah, dan menghemat sumber daya alam (Xu, 2021) sedangkan *Service Quality* yang baik adalah sebuah kondisi dimana pelanggan dapat merasakan layanan yang diberikan dalam menggunakan suatu jasa menurut Winata dikutip dari (Prakoso & Handoko, 2020). 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 (Tjiptono, 2012:220). 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 (Ernanda & Sugiyono, 2017). Hal itu juga berkaitan dengan kepuasan pelanggan dimana Kepuasan pelanggan adalah persepsi

pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui menurut (Gerson, 2010) pada (Gultom, Dedek Kurniawan; Arif, 2020). Sedangkan menurut (Mariska & Shihab, 2016) produk atau pelayanan yang memenuhi ekspektasi maka menciptakan kepuasan (*satisfier*) dan produk yang tidak memenuhi ekspektasi menghasilkan ketidakpuasan (*dissatisfier*).

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.

Metode

Penelitian ini dilakukan di Amarterra Villas Bali Nusa Dua selama 6 bulan. Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah mengenai analisis pengaruh *green service quality* terhadap *customer satisfaction* di Amarterra Villas Bali Nusa Dua. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi dari penelitian ini adalah tamu yang menginap di Amarterra Villas Bali Nusa Dua. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental random sampling* dimana sampel diambil berdasarkan sebuah kebetulan, berdasarkan kriteria peneliti yang cocok dijadikan sumber data. Untuk mengetahui jumlah responden yang akan diambil berdasarkan rumus Maholtra pada (Fitri et al., 2021) jumlah responden yang akan diberikan sampel adalah jumlah sub-indikator dikalikan 5, jadi dengan sub-indikator yang mencapai 17, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 85 responden. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji teknik analisis data deskriptif kualitatif, deskriptif kuantitatif, *Servqual Test* dan *Importance Performance Analysis*.

Adapun skala yang digunakan dalam pengukuran variabel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan Skala *Likert* yaitu dimana skala pengukurannya adalah dari 1 sampai 5 dan segala jawabannya dikategorikan seperti pada tabel dibawah.

Tabel 1. Skala likert

Keterangan	Nilai
Sangat Tidak Penting	1
Tidak Penting	2
Cukup	3
Penting	4
Sangat Penting	5

Sumber: (Prakoso & Handoko, 2020)

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan kewarganegaraan adalah 1 orang atau 1.2% berkewarganegaraan Australia, 1 orang atau 1.2% Brazil, 1 orang atau 1.2% France, 1 orang atau 1.2% Germany, 2 orang atau 1.2% Rusia, dan 79 orang atau 2.4% berkewarganegaraan Indonesia.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan kewarganegaraan

Kewarganegaraan	Jumlah	Persentase
Australia	1	1.2%
Brazil	1	1.2%
France	1	1.2%
Germany	1	1.2%
Indonesia	79	92.9%
Russia	2	2.4%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah 44 orang atau 51.8% laki-laki dan 41 orang atau 48.2% adalah perempuan.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	44	51.8%
Perempuan	41	48.2%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan adalah 21 orang atau 25% merupakan pelajar/mahasiswa, 20 orang atau 23.8% merupakan pegawai, 28 orang atau 33.3% merupakan wirausaha dan 15 responden atau 17.9% pekerjaan lainnya. Sedangkan 1 orang responden atau 1.2% memutuskan untuk tidak menjawab.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	21	25%
Pegawai	20	23.8%
Wirausaha	28	33.3%
Lainnya	15	17.9%
Tidak Menjawab	1	1.2%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tujuan berkunjung adalah 56 orang atau 65.9% berkunjung untuk liburan, 14 orang atau 16.5% berkunjung untuk keperluan bisnis, dan 15 orang atau 17.6% berkunjung untuk keperluan lainnya.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan tujuan berkunjung

Tujuan Berkunjung	Jumlah	Persentase
Liburan	56	65.9%
Bisnis	14	16.5%
Lainnya	15	17.6%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan lama tinggal di Bali adalah 60 responden atau 70.6% tinggal di Bali kurang dari 1 minggu, 25 responden atau 29.4% tinggal di Bali lebih dari 1 minggu

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan lama tinggal di bali

Lama di Bali	Jumlah	Persentase
< 1 Minggu	60	70.6%
> 1 Minggu	25	29.4%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 dapat dijelaskan bahwa setiap variabel memiliki nilai korelasi pearson X1 sebesar 0,721, X2 sebesar 0,780, X3 sebesar 0,723, X4 sebesar 0,766, X5 sebesar 0,776, X6 sebesar 0,773, X7 sebesar 0,756, X8 sebesar 0,799, X9 sebesar 0,755, X10 sebesar 0,824, X11 sebesar 0,862, X12 sebesar 0,735, X13 sebesar 0,838, X14 sebesar 0,775, X15 sebesar 0,764, X16 sebesar 0,747, X17 sebesar 0,785, Y1 sebesar 0,704, Y2 sebesar 0,806, Y3 sebesar 0,816, Y4 sebesar 0,816, Y5 sebesar 0,782, Y6 sebesar 0,796, Y7 sebesar 0,822, Y8 sebesar 0,809, Y9 sebesar 0,828, Y10 sebesar 0,756, Y11 sebesar 0,825, Y12 sebesar 0,861, Y13 sebesar 0,811, Y14 sebesar 0,817, Y15 sebesar 0,803, Y16 sebesar 0,741, Y17 sebesar 0,781. Nilai korelasi pearson $> 0,2133$, maka indikator pernyataan layak digunakan karena dinyatakan valid dan telah memenuhi syarat.

Tabel 7. Uji validitas

Variabel	Pearson Correlation	R Table	Description
Harapan (X)			
X1	0,721	0,2133	Valid
X2	0,780	0,2133	Valid
X3	0,723	0,2133	Valid
X4	0,766	0,2133	Valid
X5	0,776	0,2133	Valid
X6	0,773	0,2133	Valid
X7	0,756	0,2133	Valid
X8	0,799	0,2133	Valid
X9	0,755	0,2133	Valid
X10	0,824	0,2133	Valid
X11	0,862	0,2133	Valid
X12	0,735	0,2133	Valid
X13	0,838	0,2133	Valid
X14	0,775	0,2133	Valid
X15	0,764	0,2133	Valid
X16	0,747	0,2133	Valid
X17	0,785	0,2133	Valid
Kenyataan (Y)			
Y1	0,704	0,2133	Valid
Y2	0,806	0,2133	Valid
Y3	0,816	0,2133	Valid
Y4	0,816	0,2133	Valid
Y5	0,782	0,2133	Valid
Y6	0,796	0,2133	Valid
Y7	0,822	0,2133	Valid
Y8	0,809	0,2133	Valid
Y9	0,828	0,2133	Valid
Y10	0,756	0,2133	Valid
Y11	0,825	0,2133	Valid
Y12	0,861	0,2133	Valid
Y13	0,811	0,2133	Valid
Y14	0,817	0,2133	Valid
Y15	0,803	0,2133	Valid
Y16	0,741	0,2133	Valid
Y17	0,781	0,2133	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8 terlihat bahwa nilai Cronbach's alpha untuk variabel harapan 0,958 dan variable kenyataan 0,964. Semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,60; disimpulkan bahwa semua instrumen reliabel

Tabel 8. Uji reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Description
Harapan (X)	0,958	Reliable
Kenyataan (Y)	0,964	Reliable

Sumber: Data diolah, 2022

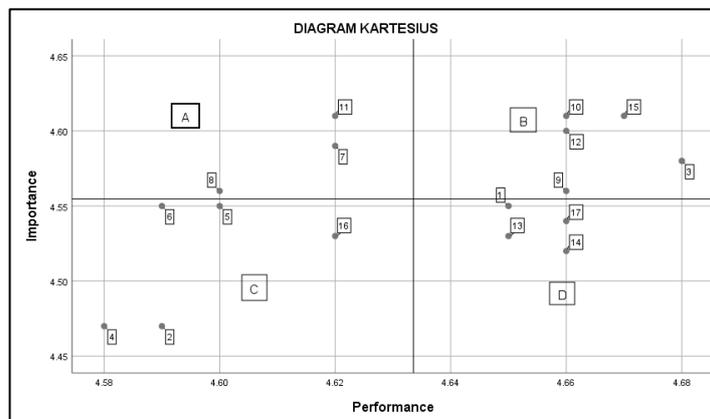
Berdasarkan Tabel 9 terlihat bahwa nilai servqual test pada penelitian ini memiliki gap diatas 0, maka dapat disimpulkan bahwa hasil servqual test pada penelitian ini menunjukkan hasil positif dan para responden puas dengan kinerja para pegawai

Tabel 9. Servqual test

Variabel	Kenyataan	Harapan	Gap	Description
X1	4.65	4.55	0.09	Positif (+)
X2	4.59	4.47	0.12	Positif (+)
X3	4.68	4.58	0.11	Positif (+)
X4	4.58	4.47	0.11	Positif (+)
X5	4.60	4.55	0.05	Positif (+)
X6	4.59	4.55	0.04	Positif (+)
X7	4.62	4.59	0.04	Positif (+)
X8	4.60	4.56	0.04	Positif (+)
X9	4.66	4.56	0.09	Positif (+)
X10	4.66	4.61	0.05	Positif (+)
X11	4.62	4.61	0.01	Positif (+)
X12	4.66	4.60	0.06	Positif (+)
X13	4.65	4.53	0.12	Positif (+)
X14	4.66	4.52	0.14	Positif (+)
X15	4.67	4.61	0.06	Positif (+)
X16	4.62	4.53	0.09	Positif (+)
X17	4.66	4.54	0.12	Positif (+)

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Gambar 1. terlihat bahwa variabel sub indicator 7, 8, dan 11 berada pada kuadran A yang artinya tingkat kepuasan masih rendah akan tetapi tingkat kepentingan pelanggan pada kuadran ini tinggi, sub indicator 3, 9, 10, 12, dan 15 berada pada kuadran B yang artinya tingkat kepuasan sudah tinggi dan tingkat kepentingan pelanggan pada kuadran ini tinggi, sub indicator 2, 4, 5, 6, 16 berada pada kuadran C yang artinya tingkat kepuasan masih rendah dan tingkat kepentingan pelanggan pada kuadran ini rendah, dan sub indicator 1, 13, 14, 17 berada pada kuadran D yang artinya tingkat kepuasan pada kuadran ini tinggi akan tetapi tingkat kepentingan pelanggan pada kuadran ini rendah.



Sumber: Data diolah, 2022

Gambar 1. Diagram kartesius

Simpulan

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.

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.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Amarterra Villas Bali Nusa Dua sudah berkenan dijadikan objek dan lokasi penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini.

Referensi

- 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>
- 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.
- Prabowo, T. F. P. (2018). Tugas Hukum Lingkungan Kebijakan Hukum Pariwisata di Bidang Lingkungan. In *Indonesia: Magister Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Surakarta (Vol. 3)*.
- 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.
- Tjiptono, F. (2012). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. CV Andi Offset.
- Xu, Q. (2021). Study on Green Service Development. 2(11), 385–393. <https://doi.org/10.6981/FEM.202111>