

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HOTEL HORISON BEKASI

Ramon Hurdawaty¹

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Jakarta
ramon.hurdawaty@gmail.com

Anwar Allan Subhan²

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Jakarta
anwarallansubhan@gmail.com

ABSTRAK

Hotel Horison Bekasi adalah hotel pertama di Kota Bekasi, Jawa Barat. Untuk bertahan dan memenangkan kompetisi dengan para kompetitor, Hotel Horison Bekasi harus mengerti kelebihan dan kekurangan dari strategi marketing yang bertujuan untuk mengetahui prioritas yang harus di tingkatkan kinerjanya, inilah alasan penggunaan metode *Importance Performance Analysis*. Pengukuran selanjutnya yaitu dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyediakan tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mendapatkan timbal balik dari pelanggan untuk mengetahui atribut mana yang harus ditingkatkan. Hasil dari *IPA* pada kuadran A menunjukkan atribut yang harus diutamakan peningkatannya, atribut yang berada pada kuadran A adalah 1) Kesesuaian harga kamar dan fasilitas yang didapat di Hotel Horison Bekasi. 2) Fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan. 3) Ketersediaan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan bantuan jika diperlukan. 4) Karyawan Hotel Horison Bekasi dapat memberikan solusi untuk memberikan penyelesaian atas keluhan pelanggan. 5) Kecepatan dan ketepatan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam menangani keluhan pelanggan. 6) Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan. 7) Desain interior dan kebersihan kamar di Hotel Horison Bekasi dan 8) Ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan Hotel Horison Bekasi. Atribut yang harus diperbaiki selanjutnya adalah atribut yang berada pada kuadran C, atribut yang berada pada kuadran ini adalah 1) Kemudahan prosedur check in dan check out di Hotel Horison Bekasi. 2) Karyawan Hotel Horison Bekasi memberikan informasi dengan jelas dan akurat kepada pelanggan. 3) Karyawan Hotel Horison mengenal setiap nama dari pelanggan dan 4) Kebersihan dan kerapian karyawan Hotel Horison Bekasi. Atribut pada kuadran B menjadi asset dan wajib dipertahankan karena telah memuaskan pelanggan. Hasil penghitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah 86.48%. Hasil ini berada di antara 84% - 87% yang mengindikasikan CSI masuk dalam kriteria "Sangat Baik"

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, *IPA*

QUALITY ANALYSIS OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION IN HOTEL HORISON BEKASI

ABSTRACT

Hotel Horison Bekasi is the first hotel in Bekasi, west java. To survive and win the competition with similar business, Hotel Horison Bekasi must understand the advantages and disadvantages of the marketing strategy that have been conducted so as to know the priority that should be improved and developed, is why is necessary to use methods of analysis Importance Performance Analysis. Continued measurement of the level of overall customer satisfaction using the Customer Satisfaction Index (CSI). The goals of this research are to provide information about the level of satisfaction of customers and to provide feedback to the hotel regarding service quality should be improved or developed. Result of Importance Performance Analysis calculations shows attributes that are the priority for repair are the attributes that in quadrant A, which is 1) Suitability room rate and facilities. 2) The facilities who provided are suitable with hotel's promises. 3) Readiness from staffs to provided assistance. 4) The staff can provided advices and solution to solve customer's issues. 5) Speed and accuracy from staff to handle customer's complaint. 6) Responsibility from staff to provided customer's comfort. 7) Interior design and cleanliness of room and 8) Availability of car park to customers. The attributes are second to be fixed are the attributes that are in quadrant C, which is 1) Easiness of check-in and check-out procedures. 2) Staff can provided accurate and clearly information to the customers. 3) The staff recognize every customers of hotel. And 4) Cleanliness and neatness of the staff. Attributes are considered important and are as expected so that could be an asset to be developed are attributes in quadrant B. Through the calculations of Customer Satisfaction Index (CSI) , a score of 86.48% CSI. This value lies in the range of 84% - 87% which indicates that customers Satisfaction Index on the criteria of "Very good"

Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis

PENDAHULUAN

Wisatawan sangat berperan penting dalam kelangsungan industri pariwisata dan industri perhotelan di Indonesia. Indonesia adalah negara yang sangat besar yang kaya akan keindahan alam dan objek wisata yang menakjubkan, tidak sedikit wisatawan mancanegara datang ke Indonesia untuk berwisata mengunjungi tempat-tempat menakjubkan di Indonesia, saat wisatawan berkunjung ke suatu tempat untuk berwisata tentunya wisatawan membutuhkan tempat beristirahat dan menginap.

Melihat adanya peluang bisnis di bidang pariwisata, banyak perusahaan yang berminat membangun bisnis usaha penginapan atau hotel, mulai dari hotel kelas biasa sampai hotel mewah, fenomena tersebut membuat persaingan yang semakin ketat bagi para pebisnis yang bergerak di bidang industri pariwisata untuk mendapatkan pelanggannya. Meningkatnya persaingan antar hotel menyebabkan

masing - masing hotel berusaha memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk terbaik untuk para pelanggannya.

Hotel bisa dikatakan berhasil apabila produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan bisa memenuhi bahkan bisa melebihi harapan pelanggan dan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan tersebut. Menurut Kotler (2007:177) “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Sedangkan menurut Richard F. Gersen (2004:3), “Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui”. Jadi dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah perasaan dan persepsi yang timbul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa dengan harapan.

Hotel Horison Bekasi adalah Hotel bintang 4 pertama yang berlokasi di pusat kota Bekasi. Hotel Horison Bekasi mulai beroperasi sejak 6 Mei 1994 dan peresmian operasionalnya pada 6 Desember 1995 diresmikan oleh Presiden Soeharto. Saat ini di kota Bekasi banyak didirikan hotel-hotel baru yang dijadikan pesaing hotel Horison Bekasi seperti hotel Aston Imperial, hotel Amarossa Grande, hotel Harris dan hotel Santika. Hotel-hotel kompetitor tersebut berlokasi cukup dekat dengan hotel Horison Bekasi. Untuk memenangkan persaingan dibutuhkan strategi khusus untuk dapat menarik minat pelanggan untuk berkunjung dan menginap di hotel Horison Bekasi, dengan kelas hotel yang sama (bintang 4) dan harga yang bersaing semakin memperketat persaingan antara hotel-hotel bisnis yang berada di kota Bekasi ini. Untuk itu dibutuhkan penelitian kepuasan pelanggan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan Hotel Horison Bekasi dan seberapa baik kinerja dan kualitas pelayanan Hotel Horison Bekasi.

Kualitas Pelayanan

Kotler (2003:265) mengungkapkan bahwa suatu organisasi harus memperhatikan empat karakter khusus suatu pelayanan, antara lain:

a. Tidak berwujud (*Intangible*)

Pelayanan bersifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dicium sebelum terdapat transaksi pembelian. Untuk mengurangi ketidak pastian pelanggan akan mencari tanda atau bukti dari kualitas pelayanan dari tempat, peralatan, alat komunikasi dan harga yang mereka lihat.

b. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Pelayanan pada umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu bersamaan, jika pelayanan diberikan kepada seorang individu, maka individu tersebut merupakan bagian dari pelayanan tersebut.

c. Bervariasi (*Variability*)

Pelayanan itu sangat bervariasi, tergantung pada siapa, kapan, serta dimana pelayanan itu disediakan. Seringkali pelanggan atau pengguna pelayanan menyadari tentang keanekaragaman ini dan membicarakannya dengan yang lain sebelum menentukan pilihannya.

d. Tidak tahan lama

Pelayanan tidak dapat disimpan dan tidak tahan lama, pelayanan hanya dapat dirasakan pada saat suatu individu mengalami proses pelayanan yang terjadi antara dua individu.

Menurut Fandy Tjiptono (2012:28-51) terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas pelayanan. Dimensi pokok tersebut antara lain:

- a. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan hotel untuk memberikan pelayanan yang disajikan secara akurat dan memuaskan.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia pelayanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
- c. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menentukan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
- d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan tersebut.
- e. Bukti Fisik (*Tangible*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan. Sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Handi Irawan (2004:37-39), bahwa terdapat lima komponen yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Kualitas Produk (*Product Quality*)
Kualitas produk merupakan faktor terpenting dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila produk yang diinginkan berkualitas baik.
- b. Harga (*Price*)
Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah sebagai sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.
- c. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)
Pelanggan akan merasakan kepuasan terhadap produk atau jasa yang dibeli dan dinikmati jika mereka memperoleh pelayanan yang baik dan berkualitas serta sesuai dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan (*Service quality*) mempunyai lima dimensi antara lain: Bukti fisik (*Tangible*), keandalan (*Reliability*), jaminan (*Assurance*), daya tanggap (*Responsiveness*) dan empati (*Empathy*).
- d. Faktor Emosional (*Emotional Factor*)
Faktor emosional adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ada banyak faktor emosional saat pelanggan melakukan pembelian dimana saat pertama kali melihat suatu produk, desainnya sesuai dengan kesukaan, berwarna sesuai dengan favoritnya, maka secara

d. *Lost costumer analysis*

Metode ini adalah metode yang unik karena hotel berusaha menghubungi pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau beralih ke produk pesaing. Yang diharapkan dari metode ini adalah diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi hotel untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

METODOLOGI

Berdasarkan pada permasalahan yang akan diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011:3) “Metodologi penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Jenis penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2011:35) adalah “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain”. Sedangkan jenis penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2011:14) adalah “Metode yang berlandaskan filsafat positivisme; metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan dengan perhitungan teknik sampel tertentu yang sesuai; pengumpulan data kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Tabel 1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator
<i>Reliability</i> (kehandalan)	RL1. Kesesuaian harga kamar dan fasilitas yang di dapat di Hotel Horison Bekasi. RL2. Karyawan Hotel Horison Bekasi bekerja dengan professional. RL3. Kemampuan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan pelayanan dengan baik. RL4. Kemudahan prosedur check in dan check out di Hotel Horison Bekasi. RL5. Fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan.
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	RS1. Kesiediaan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan bantuan jika diperlukan. RS2. Karyawan Hotel Horison Bekasi dapat memberikan solusi untuk memberikan penyelesaian atas keluhan pelanggan. RS3. Kecepatan dan ketepatan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam menangani keluhan pelanggan. RS4. Karyawan Hotel Horison Bekasi memberikan informasi dengan jelas dan akurat kepada pelanggan RS5. Karyawan cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan dari setiap pelanggan.
<i>Assurance</i> (Jaminan)	A1. Kualitas makanan/minuman yang dijual di Hotel Horison Bekasi sesuai dengan harga.

emosional pelanggan akan segera melakukan respon bahwa ia ingin membeli produk tersebut.

e. Kemudahan

Pelanggan akan merasa puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan yang diinginkan.

Pengukuran Kepuasan

Menurut Tjiptono (2006:130) ada empat metode yang dapat digunakan setiap hotel untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang dapat digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat yang strategis, menyediakan kartu komentar (*guest comment*) dan lain-lain. Setiap saran, pendapat dan keluhan para pelanggan dapat memberikan ide-ide baru dan masukan berharga bagi hotel, sehingga memungkinkan untuk dapat memberikan respon secara tepat dan tanggap pada setiap masalah yang terjadi.

b. *Survey* kepuasan pelanggan

Pada umumnya terdapat banyak metode penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode *survey*, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pelanggan secara langsung. Cara melakukan *survey* antara lain:

1) Pengukuran secara langsung (*Directly reported satisfaction*)

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan dan dibuat skala untuk jawabannya.

2) *Derived satisfaction*

Pertanyaan yang diajukan yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

3) *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan analisis.

4) *Importance performance analysis (IPA)*

Dalam teknik ini responden diminta untuk meranking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan tingkat pentingnya setiap atribut. Selain itu responden diminta untuk meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing indikator tersebut.

c. *Ghost shipping*

Metode ini dilaksanakan dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan dan bersikap seperti pelanggan atau pembeli yang potensial dari produk perusahaan dan pesaing, lalu mereka menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk hotel dan hotel pesaing. Berdasarkan pengalaman mereka juga mengamati dan menilai cara perusahaan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan pelanggan.

pada prinsipnya uji validitas berguna untuk mengukur apakah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner yang telah dibuat benar-benar mampu mengukur apa yang hendak diteliti. Menurut Sugiyono (2009:173) Uji validitas adalah: "Suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi atau konten dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan dan kecepatan suatu instrument pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya, agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut".

Menurut Singgih Santoso (2009:54) "Suatu kuesioner dianggap valid apabila koefisien R dihitung lebih besar dari R tabel. Koefisien korelasi yang tinggi menunjukkan kesesuaian antara fungsi dengan fungsi ukur tes secara keseluruhan".

b. Uji Reliabilitas

Pada program SPSS 20, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana suatu kuesioner dikatakan *reliable* jika *Cronbach Alpha*, lebih besar dari 0.6.

c. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan suatu indeks yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang memperhitungkan tingkat kepentingan dan kepuasan dari atribut-atribut yang diukur. Indeks kepuasan pelanggan merupakan konsep multidimensional. Untuk mengukur Indeks Kepuasan Pelanggan data hasil survey dianalisis untuk mengevaluasi harapan dan derajat kepuasan yang memiliki rentang sesuai dengan skala pengukuran. Menurut Hanan & Karp yang dialihbahasakan oleh Tjiptono (2006 :132) terdapat skala pengukuran indeks kepuasan pelanggan, yaitu skala 2 poin, skala 4 poin, skala 5 poin, skala 7 poin, skala 10 poin, hingga skala 101 poin. Adapun tahapan menghitung dengan menggunakan metode *CSI* meliputi yaitu:

- 1) Menghitung *importance weighting factors* (faktor kepentingan terbobot), yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka presentase dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total *importance weighting factors* 100 %.
- 2) Menghitung *weighted score* (skor terbobot), yaitu nilai perkalian antar nilai rata-rata tingkat kepuasan masing-masing atribut dengan *importance weighting factors* masing-masing atribut.
- 3) Menghitung *weighted total* (total terbobot), yaitu menjumlahkan *weighted score* dari semua atribut mutu jasa.
- 4) Menghitung *satisfaction index* (indeks kepuasan), yaitu *weighted total* dibagi skala maksimal yang digunakan (skala max 5), lalu dikalikan 100%.
- 5) Adapun untuk menentukan skala *CSI* menurut Loughin & Counder yang dialihbahasakan Ghazali (2006 : 163) dilihat berdasarkan tabel berikut ini:

	<p>A2. Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan.</p> <p>A3. Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas keamanan pelanggan.</p> <p>A4. Karyawan Hotel Horison Bekasi mampu menjamin kerahasiaan data pribadi pelanggan</p> <p>A5. Karyawan Hotel Horison Bekasi memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.</p>
Emphaty (Empati)	<p>E1. Karyawan Hotel Horison mengenal setiap nama dari pelanggan.</p> <p>E2. Kepedulian karyawan Hotel Horison Bekasi terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan.</p> <p>E3. Karyawan Hotel Horison Bekasi tidak diskriminatif dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan</p> <p>E4. Ketulusan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan pelayanan.</p> <p>E5. Karyawan Hotel Horison Bekasi selalu tersenyum dan mengucapkan salam saat memberkan pelayanan.</p>
Tangibles (bukti Fisik)	<p>T1. Desain interior dan kebersihan kamar di Hotel Horison Bekasi.</p> <p>T2. Penataan dan kebersihan Lobby Hotel Horison Bekasi.</p> <p>T3. Ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan Hotel Horison Bekasi.</p> <p>T4. Kebersihan dan kerapihan karyawan Hotel Horison Bekasi.</p> <p>T5. Kecepatan koneksi internet di Hotel Horison Bekasi.</p>

Prosedur Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability* sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap individu populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *nonprobability* yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang menginap di Hotel Horison Bekasi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N= Jumlah populasi N= 5280

e = Batas toleransi (e= 10%)

Sehingga: $n = \frac{5280}{(1+(5280 \times 0.1^2))}$

n= 98.1 ≈ 100 sampel

Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Pada penelitian kali ini, uji validitas dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 20. Uji validitas berfungsi untuk mengukur *valid* tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap *valid* jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian,

Tabel 2
Interpretasi *Customer Satisfaction Index*

Angka Index	Interpetasi
$X \leq 64 \%$	<i>Verry Poor</i>
$64 \% < X \leq 71 \%$	<i>Poor</i>
$71 \% < X \leq 77 \%$	<i>Cause for concern</i>
$77 \% < X \leq 80 \%$	<i>Borderline</i>
$80 \% < X \leq 84 \%$	<i>Good</i>
$84 \% < X \leq 87 \%$	<i>Very Good</i>
$87 \% < X$	<i>Excelent</i>

Ket: X : Angka Kepuasan Pelanggan

Sumber : *Loughin & Counder*

d. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi pelanggan dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Latu & Everett, 2000). *IPA* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003). *IPA* mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan. Terdapat dua variabel yang digunakan yaitu X yang mewakili tingkat kinerja yang dapat memberikan kepuasan pelanggan dan Y yaitu tingkat kepentingan pelanggan. Penilaian didasarkan pada tingkat kepentingan dan kinerja pelaksanaan. Masing-masing item pernyataan akan diposisikan pada diagram berdasarkan skor rata-rata, dimana skor rata-rata penilaian kinerja menunjukkan posisi pada sumbu X, sedangkan pada sumbu Y adalah skor rata-rata tingkat kepentingan (Supranto 2006:242).

Analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau *Importance and Performance Analysis (IPA)* merupakan suatu teknik penerapan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Caranya pelanggan diminta untuk menjawab tingkat kinerja dari berbagai atribut atau dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Total penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut diperoleh dengan cara menjumlahkan hasil perkalian skor masing-masing skala dengan jumlah responden yang memilih pada *skala likert*. Adapun rumus yang digunakan adalah:

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

Dimana :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan :

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

Dimana :

\bar{X} = Skor rata - rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden X Y

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut, dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}}{K}$$

Keterangan :

$\bar{\bar{X}}$ = Rataan dari total rata-rata bobot tingkat kinerja

$\bar{\bar{Y}}$ = Rataan dari total rata-rata bobot tingkat kepentingan

K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan X Y

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik *IPA* sangat mudah, dimana grafik *IPA* dibagil menjadi empat buah kuadran berdasarkan *Importance Performance* sebagaimana terlihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 1
Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis* Supranto (2006:242)

Keterangan:

Kuadran A: “Prioritas Utama” (*high importance & low performance*)

Atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai atribut yang sangat penting oleh pelanggan namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai atribut tersebut. Atribut yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

Kuadran B: “Pertahankan Kinerja” (*high importance & high performance*)

Atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan pelanggan dan pelanggan merasa atribut pada kuadran ini sangat penting sehingga pihak manajemen berkewajiban untuk memastikan bahwa kinerja hotel yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

Kuadran C: “Prioritas Rendah” (*low importance & low performance*)

Atribut yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi pelanggan, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan pada atribut tersebut.

Kuadran D: “Cenderung Berlebihan” (*low importance & high performance*)

Atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan atribut tersebut kepada atribut lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, seperti dikuadran A.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Kuesioner dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel, taraf nyata yang digunakan pada penelitian kali ini adalah 5%, dengan demikian angka kritis pada taraf nyata 5% dengan jumlah responden df ($df = N - 2$) 28 adalah 0.361. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 20. Hasil uji validitas dengan menggunakan aplikasi software SPSS menunjukkan jika 25 pernyataan tingkat kepentingan dan kepuasan untuk kuesioner dinyatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Pernyataan kuesioner untuk tingkat kepentingan kualitas pelayanan dinyatakan korelasi reliabilitas sangat tinggi, karena *Cronbach Alpha* dari hasil output program SPSS 20 menunjukkan angka 0.932. Pernyataan kuesioner untuk tingkat kepuasan dinyatakan korelasi reliabilitas sangat tinggi, karena *Cronbach Alpha* dari hasil output program SPSS 20 menunjukkan angka 0.936

Customer Satisfaction Index (CSI)

Total *Weight score (WS)* hasil perhitungan *CSI (Customer Satisfaction Index)* pelanggan Hotel Horison Bekasi yaitu sebesar 4.324, maka didapat nilai CSI sebagai berikut:

$$CSI = \frac{4.324}{5} \times 100\%$$

$$CSI = 86.48\%$$

Nilai *CSI* yang diperoleh adalah 86.48%. Hal ini menggambarkan kinerja Hotel Horison Bekasi secara keseluruhan sangat baik dan pelanggan merasa puas atas kinerja pelayanan yang diberikan oleh Hotel Horison Bekasi.

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kepuasan dari masing-masing indikator kualitas pelayanan yang ditawarkan dan kesenjangan antara kepuasan dengan harapan dari indikator kualitas pelayanan Hotel Horison Bekasi.

1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah perbandingan skor kepuasan pelanggan dengan skor tingkat kepentingan menurut perspektif pelanggan. Tingkat kesesuaian inilah yang menentukan urutan prioritas atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

a. Keandalan (*Reliability*)

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Kesesuaian harga kamar dan fasilitas yang didapat di Hotel Horison Bekasi” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 95.4%. Total skor kepentingan sebesar 453 dan total skor kepuasan sebesar 432, hal ini berarti pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan. Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison Bekasi bekerja dengan *professional*” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 99.8%. Total skor kepentingan sebesar 437 dan total skor kepuasan sebesar 436, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Kemampuan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan pelayanan dengan baik” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 97.8%. Total skor kepentingan sebesar 451 dan total skor kepuasan sebesar 441, hal ini berarti pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Kemudahan prosedur *check in* dan *check out* di Hotel Horison Bekasi” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 99.8%, hal ini berarti 99.8%. Total skor kepentingan sebesar 433 dan total skor kepuasan sebesar 432, hal ini berarti pelayanan yang diberikan hampir memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 92.7%, hal ini berarti 92.7%. Total skor kepentingan sebesar 453 dan total skor kepuasan sebesar 420, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian secara keseluruhan dimensi keandalan (*reliability*) adalah sebesar 97.1%. Total skor tingkat kepentingan adalah sebesar 2227 dan total skor keseluruhan tingkat kepuasan sebesar 2161. Hal ini menunjukkan jika pelayanan keseluruhan dimensi keandalan (*reliability*) belum memenuhi harapan pelanggan.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Ketersediaan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan bantuan jika diperlukan” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 96.2%. Total skor kepentingan sebesar 443 dan total skor kepuasan sebesar 426, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.\

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison Bekasi dapat memberikan solusi untuk memberikan penyelesaian atas keluhan pelanggan” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 88.8%. Total skor kepentingan sebesar 455 dan total skor kepuasan sebesar 404, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Kecepatan dan ketepatan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam menangani keluhan pelanggan.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 97.3%, Total skor kepentingan sebesar 438 dan total skor kepuasan sebesar 426, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison Bekasi memberikan informasi dengan jelas dan akurat kepada pelanggan,” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 99.1%. Total skor kepentingan sebesar 428 dan total skor kepuasan sebesar 424, hal ini berarti pelayanan yang diberikan hampir memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan dari setiap pelanggan.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 99.3%. Total skor kepentingan sebesar 446 dan total skor kepuasan sebesar 443, hal ini berarti pelayanan yang diberikan hampir memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian secara keseluruhan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) adalah sebesar 96.1%. Total skor tingkat kepentingan adalah sebesar 2210 dan total skor keseluruhan tingkat kepuasan sebesar 2123. Hal ini menunjukkan jika pelayanan keseluruhan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) belum memenuhi harapan pelanggan.

c. Jaminan (*Assurance*)

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Kualitas makanan/minuman yang dijual di Hotel Horison Bekasi sesuai dengan harga.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 110.1%, Total skor kepentingan sebesar 407 dan total skor kepuasan sebesar 448, hal ini berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan bahkan pelayanan yang diberikan cenderung berlebihan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 97.7%. Total skor kepentingan sebesar 441 dan total skor kepuasan sebesar 431, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas keamanan pelanggan.” memiliki tingkat kesesuaian

sebesar 100.2%. Total skor kepentingan sebesar 442 dan total skor kepuasan sebesar 443, hal ini berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison Bekasi mampu menjamin kerahasiaan data pribadi pelanggan.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 105.7%. Total skor kepentingan sebesar 421 dan total skor kepuasan sebesar 445, hal ini berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan bahkan pelayanan yang diberikan cenderung berlebihan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison Bekasi memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 102.2%. Total skor kepentingan sebesar 445 dan total skor kepuasan sebesar 455, hal ini berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan bahkan cenderung berlebihan.

Penilaian tingkat kesesuaian secara keseluruhan dimensi jaminan (*assurance*) adalah sebesar 103.1%. Total skor keseluruhan tingkat kepentingan adalah sebesar 2156 dan total skor keseluruhan tingkat kepuasan sebesar 2222. Hal ini menunjukkan jika pelayanan keseluruhan dimensi jaminan (*assurance*) sudah memenuhi harapan pelanggan, karena total skor kepuasan melebihi total skor kepentingan.

d. Empati (*Emphaty*)

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison mengenal setiap nama dari pelanggan.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 95.4%. Total skor kepentingan sebesar 434 dan total skor kepuasan sebesar 414, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Kepedulian karyawan Hotel Horison Bekasi terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 96.2%. Total skor kepentingan sebesar 450 dan total skor kepuasan sebesar 433, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison Bekasi tidak diskriminatif dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 100.5%. Total skor kepentingan sebesar 436 dan total skor kepuasan sebesar 438, hal ini berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Ketulusan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan pelayanan.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 105.7%. Total skor kepentingan sebesar 425 dan total skor kepuasan sebesar 455, hal ini berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan bahkan pelayanan yang diberikan cenderung berlebihan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Karyawan Hotel Horison Bekasi selalu tersenyum dan mengucapkan salam saat memberikan pelayanan.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 108.5%. Total skor kepentingan sebesar 413 dan total skor kepuasan sebesar 448, hal ini berarti pelayanan

yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan bahkan pelayanan yang diberikan cenderung berlebihan.

Penilaian tingkat kesesuaian secara keseluruhan dimensi empati (*emphaty*) adalah sebesar 101.4%. Total skor keseluruhan tingkat kepentingan adalah sebesar 2158 dan total skor keseluruhan tingkat kepuasan sebesar 2188. Hal ini menunjukkan jika pelayanan keseluruhan dimensi empati (*emphaty*) sudah memenuhi harapan pelanggan, karena total skor kepuasan melebihi total skor kepentingan.

e. Bukti Fisik (*Tangible*)

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Desain *interior* dan kebersihan kamar di Hotel Horison Bekasi.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 95.7%. Total skor kepentingan sebesar 445 dan total skor kepuasan sebesar 426, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Penataan dan kebersihan *lobby* Hotel Horison Bekasi.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 104%. Total skor kepentingan sebesar 422 dan total skor kepuasan sebesar 439, hal ini berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan bahkan pelayanan yang diberikan cenderung berlebihan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan Hotel Horison Bekasi.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 89.1%. Total skor kepentingan sebesar 442 dan total skor kepuasan sebesar 394, hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan.

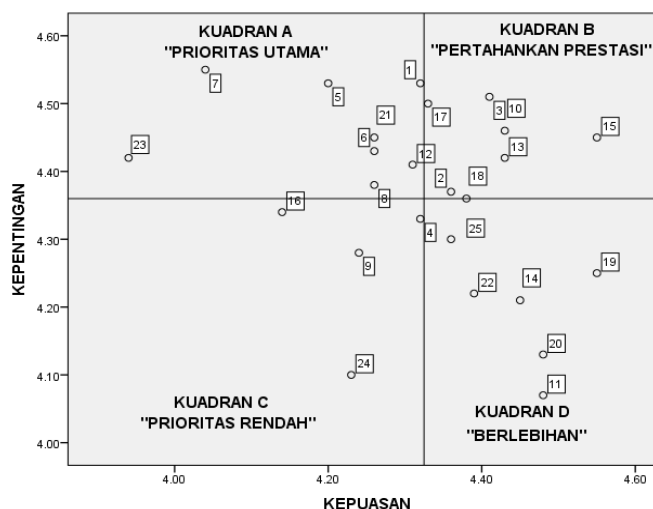
Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Kebersihan dan kerapian karyawan Hotel Horison Bekasi.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 103.2%. Total skor kepentingan sebesar 410 dan total skor kepuasan sebesar 423, hal ini berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan.

Penilaian tingkat kesesuaian pada atribut “Kecepatan koneksi internet di Hotel Horison Bekasi.” memiliki tingkat kesesuaian sebesar 101.4%. Total skor kepentingan sebesar 430 dan total skor kepuasan sebesar 436, hal ini berarti pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan pelanggan bahkan pelayanan yang diberikan cenderung berlebihan.

Penilaian tingkat kesesuaian secara keseluruhan dimensi bukti fisik (*tangible*) adalah sebesar 98.6%. Total skor tingkat kepentingan adalah sebesar 2149 dan total skor keseluruhan tingkat kepuasan sebesar 2118. Hal ini menunjukkan jika pelayanan keseluruhan dimensi bukti fisik (*tangible*) belum memenuhi harapan pelanggan.

2. Penilaian Rata-Rata dari Variabel Tingkat Kepuasan dan Kepentingan

Penilaian *C-Line* akan digunakan untuk penentuan sumbu pemetaan pada diagram kartesius kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan yang diharapkan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan. Dari diagram kartesius, dapat diketahui posisi dari masing-masing atribut kualitas pelayanan Hotel Horison Bekasi pada empat kuadran. Adapun tiap-tiap kuadran dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2
Diagram Kartesius Importance Performance di Hotel Horison Bekasi

a. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Horison Bekasi, dimana kuadran ini perlu diprioritaskan penanganannya oleh pihak Hotel Horison Bekasi, karena keberadaan atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat kinerja yang diberikan pihak Hotel Horison Bekasi belum memberikan kepuasan. Atribut yang termasuk dalam kuadran A ini adalah:

- 1) Atribut nomor 1 “Kesesuaian harga kamar dan fasilitas yang didapat di Hotel Horison Bekasi.”
- 2) Atribut nomor 5 “Fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan.”
- 3) Atribut nomor 6 “Kesediaan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan bantuan jika diperlukan.”
- 4) Atribut nomor 7 “Karyawan Hotel Horison Bekasi dapat memberikan solusi untuk memberikan penyelesaian atas keluhan pelanggan.”
- 5) Atribut nomor 8 “Kecepatan dan ketepatan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam menangani keluhan pelanggan.”
- 6) Atribut nomor 12 “Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan.”
- 7) Atribut nomor 21 “Desain *interior* dan kebersihan kamar di Hotel Horison Bekasi.”
- 8) Atribut nomor 23 “Ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan Hotel Horison Bekasi.”

b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran B ini menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Horison Bekasi dimana di dalam kuadran B ini perlu dipertahankan pihak Hotel Horison Bekasi, karena secara umum tingkat kinerja yang diberikan telah sesuai dengan tingkat kepentingan yang diharapkan pelanggan Hotel Horison Bekasi. Atribut yang termasuk dalam kuadran B ini adalah:

- 1) Atribut nomor 2 “Karyawan Hotel Horison Bekasi bekerja dengan professional.”
- 2) Atribut nomor 3 “Kemampuan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan pelayanan dengan baik.”
- 3) Atribut nomor 10 “Karyawan cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan dari setiap pelanggan.”
- 4) Atribut nomor 13 “Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas keamanan pelanggan.”
- 5) Atribut nomor 15 “Karyawan Hotel Horison Bekasi memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan.”
- 6) Atribut nomor 17 “Kepedulian karyawan Hotel Horison Bekasi terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan.”
- 7) Atribut nomor 18 “Karyawan Hotel Horison Bekasi tidak diskriminatif dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.”

c. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran C ini menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Horison Bekasi dimana dalam kuadran C ini masih dianggap tidak terlalu penting bagi pelanggan Hotel Horison Bekasi, sedangkan kualitas pelayanannya dianggap biasa saja. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Atribut nomor 4 “Kemudahan prosedur *check in* dan *check out* di Hotel Horison Bekasi.”
- 2) Atribut nomor 9 “Karyawan Hotel Horison Bekasi memberikan informasi dengan jelas dan akurat kepada pelanggan.”
- 3) Atribut nomor 16 “Karyawan Hotel Horison mengenal setiap nama dari pelanggan.”
- 4) Atribut nomor 24 “Kebersihan dan kerapian karyawan Hotel Horison Bekasi.”

d. Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran D ini menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Horison Bekasi, dimana dalam kuadran ini dinilai berlebihan atau sangat memuaskan dalam pelaksanaannya, tetapi pelanggan menganggap atribut dalam kuadran ini tidak terlalu penting untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Atribut nomor 11 “Kualitas makanan/minuman yang dijual di Hotel Horison Bekasi sesuai dengan harga.”
- 2) Atribut nomor 14 “Karyawan Hotel Horison Bekasi mampu menjamin kerahasiaan data pribadi pelanggan.”
- 3) Atribut nomor 19 “Ketulusan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan pelayanan.”
- 4) Atribut nomor 20 “Karyawan Hotel Horison Bekasi selalu tersenyum dan mengucapkan salam saat memberikan pelayanan.”
- 5) Atribut nomor 22 “Penataan dan kebersihan *lobby* Hotel Horison Bekasi.”
- 6) Atribut nomor 25 “Kecepatan koneksi internet di Hotel Horison Bekasi.”

Hal utama yang harus dilakukan Hotel Horison Bekasi adalah mempertahankan kepuasan pelanggan pada kuadran B yang berisi tujuh atribut

atribut yaitu atribut nomor (2). Karyawan Hotel Horison Bekasi bekerja dengan professional, (3). Kemampuan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan pelayanan dengan baik, (10). Karyawan cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan dari setiap pelanggan, (13). Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas keamanan pelanggan, (15). Karyawan Hotel Horison Bekasi memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan, (17). Kepedulian karyawan Hotel Horison Bekasi terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan dan (18). Karyawan Hotel Horison Bekasi tidak diskriminatif dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Selanjutnya memperbaiki kinerja kualitas pelayanan atribut yang berada pada kuadran A yaitu atribut nomor (1). Kesesuaian harga kamar dan fasilitas yang didapat di Hotel Horison Bekasi, (5). Fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan, (6). Ketersediaan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan bantuan jika diperlukan, (7). Karyawan Hotel Horison Bekasi dapat memberikan solusi untuk memberikan penyelesaian atas keluhan pelanggan, (8). Kecepatan dan ketepatan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam menangani keluhan pelanggan, (12). Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan, (21). Desain *interior* dan kebersihan kamar di Hotel Horison Bekasi, (23). Ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan Hotel Horison Bekasi.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Customer satisfaction Index (CSI)* yang diukur secara keseluruhan menunjukkan bahwa total skor *CSI* adalah sebesar 86.48%, berada di antara 84% - 87% yang menunjukkan kinerja keseluruhan Hotel Horison "Very Good" dan secara keseluruhan pelanggan merasa puas. Tetapi skor 86.48% ini masih memiliki selisih 13.52% dari skor tertinggi *CSI* yaitu sebesar 100%. Hal ini berarti masih ada ruang perbaikan kinerja yang wajib dilakukan oleh manajemen Hotel Horison Bekasi.
- b. Atribut yang dianggap penting oleh pelanggan adalah atribut yang berada di kuadran A dan kuadran B. Atribut yang berada di kuadran A adalah: Kesesuaian harga kamar dan fasilitas yang didapat di Hotel Horison Bekasi, Fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan, Ketersediaan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan bantuan jika diperlukan, Karyawan Hotel Horison Bekasi dapat memberikan solusi untuk memberikan penyelesaian atas keluhan pelanggan, Kecepatan dan ketepatan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam menangani keluhan pelanggan, Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan, Desain *interior* dan kebersihan kamar di Hotel Horison Bekasi dan Ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan Hotel Horison Bekasi. Sedangkan atribut yang berada di kuadran B adalah: Karyawan Hotel Horison Bekasi bekerja dengan *professional*, Kemampuan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan pelayanan dengan baik, Karyawan cepat tanggap dalam menerima pesanan kamar/makanan dari setiap pelanggan, Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas keamanan pelanggan, Karyawan

Hotel Horison Bekasi memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan, Kepedulian karyawan Hotel Horison Bekasi terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan dan Karyawan Hotel Horison Bekasi tidak diskriminatif dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

- c. Atribut yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya adalah atribut yang berada di kuadran A dan kuadran C. Atribut yang berada di kuadran A adalah: Kesesuaian harga kamar dan fasilitas yang didapat di Hotel Horison Bekasi, Fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan, Kesiapan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam memberikan bantuan jika diperlukan, Karyawan Hotel Horison Bekasi dapat memberikan solusi untuk memberikan penyelesaian atas keluhan pelanggan, Kecepatan dan ketepatan karyawan Hotel Horison Bekasi dalam menangani keluhan pelanggan, Karyawan Hotel Horison Bekasi bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan, Desain *interior* dan kebersihan kamar di Hotel Horison Bekasi dan Ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan Hotel Horison Bekasi. Atribut yang berada di kuadran C adalah: Kemudahan prosedur *check in* dan *check out* di Hotel Horison Bekasi, Karyawan Hotel Horison Bekasi memberikan informasi dengan jelas dan akurat kepada pelanggan, Karyawan Hotel Horison mengenal setiap nama dari pelanggan, Kebersihan dan kerapian karyawan Hotel Horison Bekasi.

SARAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran yang dapat dijadikan pertimbangan dan masukan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan Hotel Horison Bekasi. Saran tersebut adalah:

- a. Untuk atribut-atribut yang berada pada kuadran A (Prioritas utama) adalah:
- 1) Penentuan harga kamar sebaiknya dipertimbangkan kembali oleh pihak manajemen Hotel Horison Bekasi agar harga kamar dirasa sesuai dengan fasilitas yang ada di Hotel Horison Bekasi. Membangun kembali fasilitas bisnis center dan fitness center agar pelanggan yang mayoritas pebisnis dapat menikmati fasilitas bisnis dan rekreasi di Hotel Horison Bekasi. Dan ada baiknya Hotel Horison Bekasi menambahkan fasilitas *Iron* (Setrika) pada masing-masing kamar tanpa harus diminta oleh pelanggan.
 - 2) Sebaiknya pihak Hotel Horison Bekasi berkordinasi dengan pihak *travel agent* dan pihak *corporate* untuk menyesuaikan fasilitas yang disediakan oleh Hotel Horison Bekasi dengan fasilitas yang dijanjikan oleh pihak *travel agent* dan *corporate*.
 - 3) Pihak Hotel Horison Bekasi sebaiknya melakukan pelatihan dan kepada seluruh karyawan akan pentingnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam bisnis perhotelan. Pelatihan ini bertujuan untuk lebih menumbuhkan rasa *hospitality* pada diri setiap karyawan.
 - 4) Pihak Hotel Horison Bekasi sebaiknya melakukan evaluasi terhadap sumber daya manusia, menempatkan karyawan sesuai dengan kompetensi, sosialisasi yang jelas kepada seluruh karyawan tentang program atau promo hotel dan ketegasan dalam pendelegasian tugas.
 - 5) Pihak Hotel Horison Bekasi sebaiknya lebih meningkatkan fokus untuk perbaikan kamar-kamar yang sudah lama untuk diperbaharui dengan

- desain *modern*. Kebersihan kamar juga harus ditingkatkan dengan mempekerjakan perkerja yang kompeten dibidang *housekeeping*.
- 6) Pihak Hotel Horison Bekasi sebaiknya berkordinasi kembali dengan pihak Mal Metropolitan masalah parkir kendaraan. Tempat parkir yang ada dinilai tidak cukup oleh pelanggan dan sebaiknya di tambah lahan parkir agar lebih luas dan nyaman.
 - b. Sebaiknya Hotel Horison Bekasi mempertahankan atribut yang berada pada kuadran B, jangan sampai kinerja atau kepuasan pelanggan pada atribut pada kuadran B menurun, karena akan menyebabkan pelanggan merasa tidak puas sehingga dapat menurunkan *image* Hotel Horison Bekasi sebagai Hotel bintang empat pertama di Bekasi.
 - c. Hotel Horison Bekasi sebaiknya juga memperhatikan atribut-atribut yang berada pada kuadran C, walaupun pelanggan menilai atribut tersebut kurang penting dan kinerjanya biasa saja, maka sebaiknya Hotel Horison Bekasi lebih meningkatkan kualitas kinerja atau pelayanan pada atribut ini sehingga nilai indeks kepuasan pelanggan bisa bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong & Kotler. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Armstrong & Kotler. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Brandt, D.R. (2000). *An "Outside-In" Approach to Determining Customer Driven Priorities for Improvement and Innovation, White Paper Series, Volume 2 – 2000*.
- Gerson, Richard. F. (2004). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hariwijaya M, Bisri M, Djaelani. (2009). *Teknik penulisan skripsi dan tesis*. Yogyakarta: Hanggar Kreator.
- Irawan, Handi. (2004). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Kotler, Philip & K. Lane, Kevin. (2007). *Manajemen pemasaran jilid 2*. Jakarta: indeks
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Latu, T.M. dan Everett, A.M. (2000). *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*. Wellington, New Zealand: Departement of Conservation

- Lovelock, Christopher.H & Wright, Lauren.K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Martinez, C.L. (2003). *Evaluation Report Tools Cluster Networking Meeting #1*. Arizona: CenterPoint Institute, Inc.
- Narimawati, Umi. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: Penerbit Genesis.
- Nasution, A.Z (2002). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media
- Nasution, MN. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Ratminto & Septi. W, Atik . (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ruseffendi. (2005). *Dasar-dasar pendidikan dan bidang non-eksasta lainnya*. Bandung: Tarsito
- Santoso, Singgih. (2009). *Metode Peramalan Bisnis Masa Kini dengan Minitab dan SPSS*. Jakarta: PT. Elek media komputindo
- Sihite, Richard. (2000). *Tourism Industry*. Surabaya : SIC
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Erlangga
- Sulastiyono, Agus. (2008). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Cetakan Keenam. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sulastiyono, Agus. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Bandung: Alfabeta,cv
- Sutedja, Wira. (2007). *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy & Gregorius, Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi