

**EVALUASI PENGENDALIAN KUALITAS
PELAYANAN JASA PADA PT RAFLESIA
NUSANTARA**

SKRIPSI



Oleh:
Jeni
140410018

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FALKUTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**EVALUASI PENGENDALIAN KUALITAS
PELAYANAN JASA PADA PT RAFLESIA
NUSANTARA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Jeni
140410018**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FALKUTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Batam,

Yang membuat pernyataan,

Jeni

140410018

**EVALUASI PENGENDALIAN KUALITAS
PELAYANAN JASA PADA PT RAFLESIA
NUSANTARA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

Jeni

140410018

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal

seperti tertera di bawah ini

Batam, 03 Februari 2018

Sri Zetli, S.T., M.T.

Pembimbing

ABSTRAK

PT Raflesia Nusantara merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa tepatnya di perhotelan. PT Raflesia Nusantara memiliki masalah pada pemberian pelayanan jasa kepada pelanggan. Dimana jenis pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan permintaan pelanggan sehingga mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan atas jenis pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu peneliti ini dilakukan untuk mengevaluasi dan mengetahui jenis indikator pelayanan apa yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan juga untuk mengetahui indikator pelayanan apa saja yang tidak dibutuhkan oleh pelanggan. Metode yang digunakan untuk mengevaluasi pelayanan adalah metode SERVQUAL (*Service Quality*) dan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dengan cara pengutipan kuesioner berdasarkan 5 dimensi SERVQUAL (*Service Quality*) yaitu *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurances* (Jaminan) dan *Emphaty* (Empati) secara langsung dari responden yang menginap di perhotelan tersebut. Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode SERVQUAL (*Service Quality*) diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh perhotelan tersebut masih belum memuaskan karena hasil dari analisis SERVQUAL (*Service Quality*) tersebut adalah -0,0432 sedangkan nilai SERVQUAL (*Service Quality*) yang baik bernilai 0. Dalam penelitian ini juga menggunakan metode IPA (*Importances Performance Analysis*) yang juga berfungsi untuk mengetahui respon pelanggan terhadap atribut pelayanan, terdapat 5 indikator yang harus diprioritaskan dalam perbaikan oleh hotel untuk meningkatkan kualitas pelayanan tersebut yaitu Pelayan yang selalu berada di *lobby*, Pelayan bersedia menanggapi dan menerima keluhan tamu, Pelayan yang berwawasan tinggi, Pelayan memberikan perhatian kepada seluruh tamu, Pelayan mengingat dan mengetahui kebutuhan khusus pelanggan.

Kata kunci: *Service Quality* (SERVQUAL), *Importance Performance Analysis* (IPA), Kualitas

ABSTRACT

PT Raflesia Nusantara is one of the companies engaged in the services precisely in the hospitality. PT Raflesia Nusantara has problems in providing services to customers. Where the type of service provided is not in accordance with customer demand resulting in customer dissatisfaction over the type of service provided. Therefore, this research is conducted to evaluate and know what kind of indicator of service which according to customer expectation and also to know indicator of service which is not needed by customer. The method used to evaluate the services is SERVQUAL (Service Quality) method and IPA (Importance Performance Analysis) method quoted by questionnaire based on 5 dimension SERVQUAL (Service Quality) that is Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurances and Empathy directly from respondents who stays at the hotel. From the results of analysis conducted by researchers using SERVQUAL (Service Quality) method known that the services provided by the hotel is not satisfactory because the results of SERVQUAL analysis (Service Quality) is -0.0432 while the SERVQUAL value (Service Quality) is good 0. This research also uses the method of IPA (Importance Performance Analysis) which also serves to know the customer response to the service attributes, there are 5 indicators that should be prioritized in the improvement by the hotel to improve the quality of service is the attendant who is always in the lobby, willing to respond and receive guest complaints, Highly Knowledgable attendants, Attendants pay attention to all guests, Attendants remembers and knows customer's special needs.

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Dr. Nur Elfi Husda., S.Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Teknik Universitas Putera Batam Amrizal, S.Kom., M.SI.
3. Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam Welly Sugianto, S.T., M.M
4. Ibu Sri Zetli, S.T., M.T. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Teknik Industri Universitas Putera Batam;
5. Bapak I Gede Asta Wido Herawan, S.T., M.T. selaku pembimbng akademik pada program studi Teknik Industri;
6. Bapak Kiki Roidelindho, S.TP., M,Sc. selaku dosen pengajar mata kuliah Teknik Penulisan Karya Ilmiah Teknik Industri Putera Batam;
7. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;

8. Kedua orang tua serta saudara-saudaraku yang tercinta yang telah memberikan nasihat, doa, dan dukungan moral, sehingga penyusun skripsi ini dapat terselesaikan;
 9. PT Raflesia Nusantara atas memberikan bantuan dan dukungan dalam penelitian ini, sehingga skripsi ini dapat dijalankan dengan lancar;
 10. Ibu Liliana selaku *Finance Controller* dan Bpk Dama Wijaya selaku *Vice Finance Controller* yang telah memberikan kemudahan dalam pelaksanaan pengambilan data;
 11. Ibu Desi Feronica, Ibu Elina, Ibu Ervina, Ibu Kurniawati, Ibu Lina dan Ibu Rina selaku *Staff Accounting* pada PT Raflesia Nusantara yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini;
 12. Sahabat seperjuangan yang bersama-sama saling membantu, tukar-menukar informasi, dan berjuang bersama dalam suka dan duka yaitu Andi, Fransisca, Meilanton, Timas Yose Sestra dan semua teman-teman Teknik Industri yang seangkatan;
 13. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini;
- Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 16 Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	i
SURAT PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Pembatasan Masalah.....	3
1.4. Rumusan Masalah.....	4
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.6.1. Manfaat Secara Teoritis	5
1.6.2. Manfaat Secara Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Teori Dasar	6
2.1.1. Hotel	6
2.1.2. Jasa.....	7
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.4. Dimensi Kualitas Pelayanan	10
2.1.5. Model Pelayanan	12
2.1.6. Metode SERVQUAL (<i>Service Quality</i>)	13
2.1.7. Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	14
2.1.8. Uji Statistik	16
2.1.8. Uji Validitas.....	16
2.1.9. Uji Realibilitas	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Desain Penelitian	22
3.2. Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1. Populasi	23
3.2.2. Sampel	23
3.3. Teknik Pengumpulan Data	23
3.3.1. Sumber Data	23
3.4. Teknik Pengumpulan	24
3.5. Metode Analisa.....	24

3.5.1. Metode SERVQUAL (<i>Service Quality</i>)	25
3.5.2. Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	25
3.5.3. Uji Validitas	27
3.5.4. Uji Reliabilitas	27
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	27
3.6.1. Lokasi Penelitian	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Hasil Pembahasan	29
4.1.1. Profil Responden	29
4.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	31
4.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan	32
4.1.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Penginapan	32
4.2. Hasil Penelitian	33
4.2.1. Hasil Uji Validitas Data	33
4.2.2. Hasil Uji Realibilitas Data	39
4.2.3. Hasil Analisis Data SERVQUAL (<i>Service Quality</i>)	40
4.2.4. Hasil Analisis Data <i>Importance Performance Analysis</i>	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1. Kesimpulan	45
5.2. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1 Desain Penelitian	22
Gambar 3.2 Peta Lokasi PT Raflesia Nusantara.....	28
Gambar 4.1 Diagram Persebaran Atribut <i>Importance Performance Analysis</i>	42

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	18
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu (Lanjutan)	19
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu (Lanjutan)	20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	28
Tabel 4.1 Kuesioner Yang Disebarkan Kepada Responden.....	29
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan.....	32
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Penginapan.....	32
Tabel 4.6 Uji Validitas Ekspektasi Pada Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	34
Tabel 4.7 Uji Validitas Ekspektasi Pada Dimensi <i>Reliable</i> (Kehandalan).....	34
Tabel 4.8 Uji Validitas Ekspektasi Pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	35
Tabel 4.9 Uji Validitas Ekspektasi Pada Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)	35
Tabel 4.10 Uji Validitas Ekspektasi Pada Dimensi <i>Emphaty</i> (Empati)	36
Tabel 4.11 Uji Validitas Persepsi Pada Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	36
Tabel 4.12 Uji Validitas Persepsi Pada Dimensi <i>Reliable</i> (Kehandalan).....	37
Tabel 4.13 Uji Validitas Persepsi Pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	37
Tabel 4.14 Uji Validitas Persepsi Pada Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)	38
Tabel 4.15 Uji Validitas Persepsi Pada Dimensi <i>Emphaty</i> (Empati)	38
Tabel 4.16 Kriteria Indeks Koefisien Korelasi.....	39
Tabel 4.17 Uji Realibilitas Ekspektasi dan Persepsi SERVQUAL.....	40
Tabel 4.18 Perhitungan SERVQUAL	41

DAFTAR RUMUS

Rumus 2.1 Uji Validitas.....	17
Rumus 2.1 Uji Reliabilitas	18
Rumus 3.1 Metode SERVQUAL.....	25
Rumus 3.2 Metode IPA: Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan (X)	26
Rumus 3.3 Metode IPA: Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan (Y)	26
Rumus 3.4 Metode IPA: Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (X)	26
Rumus 3.5 Metode IPA: Faktor Yang Mempengaruhi kepuasan Pelanggan (Y)	26
Rumus 3.6 Uji Validitas.....	27
Rumus 3.7 Uji Reliabilitas	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan yang tinggi pada era globalisasi ini mengakibatkan setiap perusahaan saling berupaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan harapan untuk mendapatkan banyak pelanggan. Dalam upaya mendapatkan pelanggan, banyak hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan mengenai sifat dan keinginan pelanggan, dengan adanya pengetahuan tersebut maka perusahaan dapat memberikan jenis pelayanan yang sesuai untuk pelanggan.

Pelanggan yang sebagai penerima jasa memiliki karakteristik yang berbeda atas persepsi dan ekspektasi yang diberikan oleh sebuah perusahaan jasa sehingga dalam pemberian pelayanan pelayan harus memenuhi kepuasan pelanggan tersebut. Kotler dan Keller 2012:46 dalam (Diza, *et al.*,2016:111) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

PT Raflesia Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang perhotelan yang berdiri pada tahun 2015 dan merupakan salah satu hotel yang berbintang empat terletak di Penuin – kota Batam. PT Raflesia Nusantara dapat dikategorikan sebagai perusahaan yang baru beroperasi maka masih terdapat banyak segmentasi yang harus ditingkatkan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan manajemen, didapatkan bahwa masih adanya keluhan dari beberapa pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan oleh hotel tersebut, seperti ketidakterseediaannya pelayan di bagian resepsionis, daya tanggap yang lambat serta keluhan yang lainnya.

Kualitas pelayanan merupakan evaluasi konsumen tentang kesempurnaan kinerja layanan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan. Dalam usaha peningkatan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, PT Raflesia Nusantara melakukan beberapa upaya seperti menyediakan kotak saran ataupun penilaian kepuasan pelanggan melalui *Website* untuk mengetahui harapan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.

PT Raflesia Nusantara menyediakan kotak saran di bagian resepsionis yang berupa selembar kertas berisi saran yang ditulis oleh pelanggan untuk perusahaan tersebut, dengan adanya kotak saran ini maka perusahaan dapat mengetahui pelayanan apa saja yang harus ditingkatkan. Selain dengan menggunakan kotak saran, PT Raflesia Nusantara juga menggunakan *website* seperti *tripadvisor* yang berupa sebuah aplikasi untuk pelanggan dalam pemberian komentar dan saran kepada perusahaan atau hotel.

Kepuasan pelanggan pada PT Raflesia Nusantara dapat dikatakan belum mencapai tingkat kepuasan pelanggan karena hasil dari wawancara tersebut menyatakan bahwa adanya keluhan pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Sehingga peneliti mengangkat permasalahan ini untuk melakukan penelitian dengan melakukan evaluasi kualitas pelayanan jasa.

Dengan adanya permasalahan diatas maka peneliti menggunakan metode IPA (*Importance Performances Analysis*) dan SERVQUAL (*Service Quality*) untuk mengetahui indikator yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan sehingga, peneliti mengangkat judul **“Evaluasi Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT Rafflesia Nusantara”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas , maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Adanya keluhan pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan seperti ketidaktersediaan pelayan di bagian resepsionis, daya tanggap yang lambat dan lain sebagainya.
2. Adanya kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

1.3. Pembatasan Masalah

Agar dapat mendalami penelitian ini, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian terhadap pengukuran kepuasan pelanggan menggunakan metode SERVQUAL (*Service Quality*) dan IPA (*Importance Performance Analysis*).
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada masalah peningkatan kualitas pelayanan.

3. Penelitian ini hanya dilakukan pada *area Front Office* dan bagian depan hotel.
4. Periode data yang digunakan dalam evaluasi kepuasan pelanggan yaitu bulan September – Desember 2017.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang terurai diatas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah seperti:

1. Apa sajakah yang dijadikan sebagai faktor pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk meningkatkan rasa kepuasan tamu tersebut dalam upaya peningkatan pelayanan jasa?
2. Apa sajakah yang akan dijadikan sebagai faktor dalam upaya perbaikan pelayanan dalam meningkatkan pelayanan jasa?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban atau sasaran yang ingin dicapai penulis dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu, tujuan dari peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menentukan faktor pelayanan hotel yang dibutuhkan pelanggan dengan metode SERVQUAL (*Service Quality*) dan IPA (*Importance Performance Analysis*).
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang harus diperbaiki dalam upaya peningkatan pelayanan.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Secara Teoritis

- a. Bagi Pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan baru bagi pembaca dalam hal pengukuran kualitas pelayanan dan fasilitas hotel.
- b. Bagi Mahasiswa, penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan sebagai referensi dalam pembuatan skripsi atau tugas akhir kuliah tentang evaluasi kualitas pelayanan hotel.
- c. Bagi Universitas Putera Batam, penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi dalam pembuatan skripsi atau tugas akhir kuliah dengan topik evaluasi kualitas pelayanan hotel dimasa yang akan datang.

1.6.2. Manfaat Secara Praktis

1. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat membantu PT Raflesia Nusantara dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dalam upaya perbaikan kualitas pelayanan untuk PT Raflesia Nusantara.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Hotel

Dilihat dari bentuk fisiknya, hotel dapat didefinisikan sebagai bangunan yang menyediakan makanan serta sarana akomodasi bagi seseorang yang melakukan perjalanan dan dikelola secara komersial. Hotel juga menyediakan fasilitas olahraga, *business center*, restoran, kolam renang, pelayanan yang ramah, serta berbagai fasilitas lainnya dalam satu kesatuan yang membuat tamu merasa nyaman (Soenarno, 2006). Ciri khusus usaha perhotelan yaitu adanya perpaduan antara usaha untuk menjual produk nyata seperti kamar, makanan, dan minuman dengan usaha untuk menjual jasa pelayanan seperti keramahan, kecepatan, dan kemudahan lainnya (Bagyono, 2006).

Berdasarkan orientasi pasar, industri hotel dibedakan menjadi dua segmen, yaitu hotel residensial dan hotel komersial. Hotel residensial menyediakan akomodasi bagi tamu hotel untuk jangka panjang, sedangkan hotel komersial menyediakan akomodasi untuk jangka pendek (Bardi, 2007). Sedangkan berdasarkan kelasnya hotel dibedakan menjadi kelas melati, bintang satu hingga bintang lima, sedangkan berdasarkan tarif kamar yang dikenakan dibedakan menjadi *economy class hotel*, *first class hotel*, dan *deluxe/luxury hotel* (Bagyono, 2006).

Industry hotel dianggap sebagai sektor jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan memberikan layanan dalam bentuk makanan dan akomodasi untuk para tamu. Prinsip-prinsip ekonomi memungkinkan industri hotel tidak hanya mendapatkan keuntungan tetapi juga menghindari kerugian dan bertahan dalam situasi yang kompetitif (Sheela, 2012). Untuk memenuhi tujuannya, yaitu mendapatkan keuntungan, beberapa faktor seperti kondisi ekonomi, persaingan, rencana pemasaran, jumlah dan kemampuan staff atau departement secara terus menerus perlu di perhatikan (Bardi, 2007) dalam (Sardiarinto, *et al.*, 2015:51).

2.1.2. Jasa

Jasa, secara umum diartikan sebagai : “*Any act of performance that one party can offer to another that is essentially intangible, and does not result in the ownership of anything* Kotler,2003 dalam (Budi Setiawan dan Ukudi, 2007: 216). Jasa tidak dapat dilihat, diraba, dicium, didengar seperti halnya produk nyata, sehingga penilaian kualitas jasa berbeda penilaian terhadap produk barang. Karena jasa mempunyai karakteristik tertentu, maka bagaimana konsumen menilai jasa yang ditawarkan menentukan kualitas jasa.

Adapun jasa diartikan sebagai kegiatan yang menciptakan manfaat bagi pelanggan, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut (Lovelock and Wright, 1999 dalam Sutanto, 2011:155). Ada juga beberapa pengertian jasa menurut para ahli, seperti :

1. Kotler

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

2. Zeithalm dan Bitner

Jasa mencakup semua aktivitas ekonomi yang keluarannya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kesehatan yang secara prinsip bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik).

Dapat disimpulkan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau aktifitas dan bukan benda yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik), konsumen terlibat secara aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Jasfar, 2005 dalam Sutanto, 2011: 155).

2.1.3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan, dan dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggannya, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pemaksimalan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan

pelanggan yang dapat mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:182) dalam (Alamry, 2017: 2). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Olsen dan Wyckoff dalam buku Yamit 2010:22 dalam (Diza, *et al.*, 2016: 111) mengatakan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan. Kotler dan Keller (2012:83) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan jasa pelayanan guna untuk memenuhi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Wyckof, Tjiptono 2000:132 dalam (Manoppo, 2013: 1342). Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*.

2.1.4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, *et al.* 1985 dalam ((Budi Setiawan dan Ukudi, 2007:217) dalam penelitian awalnya mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok, yaitu : reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Parasuraman, *et al.* (1985) dalam penelitian selanjutnya merangkum kesepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi kualitas pelayanan. Kelima dimensi pokok tersebut meliputi : (Firdian & Budi, 2012 : 52).

1. Bukti Langsung (*Tangible*)

Segala sesuatu yang secara langsung dapat dilihat, dirasakan dan berwujud nyata meliputi penampilan secara fisik, peralatan atau perlengkapan, karyawan. Seperti:

- a. Kondisi gedung hotel
- b. Peralatan *modern* yang mendukung
- c. Penampilan karyawan hotel
- d. Kerapihan dan kebersihan para petugas
- e. Penampilan dan kondisi setiap ruangan (Philip Kotler, 2005:103) dalam (Winahyuningsih, 2004:5).

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, memuaskan, dan dapat dipercaya. Dari lima dimensi, faktor ini merupakan faktor yang paling penting dari kualitas pelayanan. Seperti:

- a. Menepati janji yang telah disepakati.

- b. Menunjukkan perhatian tulus untuk penyelesaian masalah-masalah.
- c. Baik dan ramah setiap kita melakukan (pelayanan hotel).
- d. Menampilkan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.
- e. Berusaha untuk tidak melakukan kesalahan (Philip Kotler, 2005:103) dalam (Winahyuningsih, 2004:6).

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemampuan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat. Dengan kata lain keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, yang meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan sejak proses penjualan hingga purna jualnya (*service ability*). Seperti:

- a. Karyawan hotel yang memberi pelayanan secara cepat dan tanggap.
- b. Karyawan hotel yang selalu bersedia membantu konsumen.
- c. Karyawan hotel yang tidak pernah terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan maupun keluhan konsumen. (Philip Kotler, 2005:104) dalam (Winahyuningsih, 2004:6).

4. Jaminan (*Assurances*)

Mencakup kemampuan/pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya oleh pelanggan yang dimiliki oleh para staf, sehingga dapat meyakinkan pelanggan mengenai kualitas layanan yang diberikan. Meliputi:

- a. Perasaan aman dan terjamin dalam melakukan transaksi.
- b. Karyawan yang selalu bersikap sopan dan ramah.

- c. Karyawan mampu menjawab pertanyaan konsumen mengenai kondisi hotel. (Philip Kotler, 2005:104) dalam (Winahyuningsih, 2004:6).

5. Empati (*Emphaty*)

Berusaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual dengan memberikan komunikasi yang baik, sikap peduli, dan perhatian kepada pelanggan.

- a. Memberi perhatian secara pribadi.
- b. Memberi pelayanan yang nyaman.
- c. Karyawan hotel yang memperlakukan semua konsumen secara khusus (Philip Kotler, 2005:105) dalam (Winahyuningsih, 2004:6).

2.1.5. Model Pelayanan

Dalam model kualitas jasa yang dirumuskan terlihat bahwa pengharapan konsumen dibentuk berdasarkan 4 hal yaitu (Philip Kotler 2005:56) dalam (Winahyuningsih, 2004:5):

1. Komunikasi dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*).
2. Kebutuhan pribadi konsumen.
3. Pengalaman masa lalu.
4. Iklan / promosi yang disampaikan perusahaan jasa.

Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan pengharapan ini, dan setelah menikmati jasa tadi, mereka akan membandingkannya dengan apa yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa

tersebut. Sebaliknya, bila jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi pengharapannya, mereka cenderung akan memakai lagi pemberi jasa itu.

2.1.6. Metode SERVQUAL (*Service Quality*)

SERVQUAL merupakan model yang banyak diterima untuk mengukur kualitas jasa dan telah diterapkan dalam beragam industri (Ueltschy et al. 2007) dalam (Amelia, 2010:161) di berbagai negara dan dalam konteks internasional. Kemampuan SERVQUAL untuk mudah diadaptasi dalam berbagai konteks merupakan salah satu keunggulan model ini meskipun juga menuai banyak kritik terutama mengenai validitas, reliabilitas, dan generalisabilitas. Isu lain adalah mengenai adaptabilitas SERVQUAL dalam berbagai konteks budaya (Zhou 2004). Bahkan Coulthard (2004) menyatakan bahwa banyak penelitian yang gagal untuk mereplikasi metodologi SERVQUAL dalam penelitiannya.

Pengukuran SERVQUAL gap bertujuan untuk mengetahui nilai gap antara harapan dan kenyataan yang terjadi terhadap pelayanan yang diberikan melalui 5 dimensi. Terdapat 5 gap kesenjangan dalam SERVQUAL antara lain :

1. *Knowledge Gap* (Gap-1)

Kesenjangan antara persepsi manajemen atas harapan pelanggan terhadap ekspektasi pelanggan atas jasa yang diberikan.

2. *Standards Gap* (Gap-2)

Kesenjangan antara persepsi manajemen atas harapan pelanggan terhadap spesifikasi kualitas jasa.

3. *Delivery Gap* (Gap-3)

Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa terhadap penyampaian jasa.

4. *Communications Gap* (Gap-4)

Kesenjangan antara penyampaian jasa terhadap komunikasi eksternal.

5. *Service Gap* (Gap-5)

Kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan terhadap jasa yang diharapkan.

(Tjiptono dan Chandra, 2005) dalam (Triwibowo, *et al.*, 2014:1).

2.1.7. Metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

Metode *Importance Performance Analysis* digunakan untuk memetakan hubungan antara tingkat kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut produk. Analisis IPA terdiri dari dua komponen, yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan (gap). Analisis kuadran digunakan untuk mengetahui respon pelanggan terhadap atribut produk yang dipetakan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut pelayanan tersebut. Sedangkan analisis kesenjangan digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu atribut produk dengan harapan pelanggan terhadap atribut pelayanan tersebut. Analisis diagram kartesius digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kinerja suatu produk. (Novandri, *et al.*, 2011:106).

Metode ini dimaksudkan sebagai kerangka kerja dalam memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari *ekspektasi* (*importance* atau tingkat kepentingan) terkait dengan suatu atribut serta penilaian pelanggan terhadap

kepentingan organisasi (*performance*) dilihat dari atribut terkait. Serta untuk mengetahui atribut atau variabel yang menjadi prioritas utama dalam proses perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan. (Firdian dan Budi, 2012:52). Dalam menginterpretasi kuadran, (Ramadhani, 2014: 155) merinci sebagai berikut:

1. Kuadran A (*Attributes To Improve*)

Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan/tidak puas.

2. Kuadran B (*Maintain Performance*)

Kuadran B menunjukkan bahwa unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

3. Kuadran C (*Attributes To Maintain*)

Kuadran C menunjukan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

4. Kuadran D (*Attributes To De-Emphasize*)

Kuadran D menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

2.1.8. Uji Statistik

SPSS (*Statistical Program for Social Science*) adalah sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya bahkan bagi orang yang tidak mengenal dengan baik teori statistik. Aplikasi SPSS seringkali digunakan untuk memecahkan masalah riset, atau bisnis dalam hal statistik. Cara kerjanya sederhana, yaitu data yang anda input oleh SPSS akan dianalisis dengan suatu paket analisis. Menyediakan akses data, persiapan dan manajemen data, analisis data dan pelaporan. SPSS merupakan perangkat lunak yang paling banyak dipakai karena tampilannya *user friendly* dan merupakan terobosan baru berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi, khususnya dalam *e-bussiness*. SPSS didukung oleh OLAP (*Online Analytical Processing*) yang akan memudahkan dalam pemecahan pengolahan dan akses data dari berbagai perangkat lunak yang lain, seperti *Microsoft Excel* atau *Notepad* (Putra, *at al.*, 2014:177).

2.1.8. Uji Validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*corrected item total correlation*) dengan r tabelnya. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid, Ghazali (2005). Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai *corrected item*

total *correlation* adalah korelasi *product moment* (Sinnun, 2017:149). Dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots\dots\dots \textbf{Rumus 2.1}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total dari item Y

n= jumlah banyaknya subjek

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, Jika r hitung $\alpha \geq r$ tabel maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid. Jika r hitung $< r$ tabel maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

2.1.9. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah cukup baik. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Instrumen dapat dikatakan handal (reliable) bila mempunyai koefisien *Cronbach alpha* $> 0,6$ (Ghozali,2005). Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *program SPSS 17 for Windows* (Sinnun, 2017:150). Dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right] \dots \dots \dots \text{Rumus 2.2}$$

Keterangan:

r = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pertanyaan atau pernyataan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian pada butir

σ_1^2 = varian total

Metode uji reliabilitas yang sering digunakan pada skala *likert* adalah metode *cronbach's alpha*. Data dikatakan reliabel apabila r alpha positif dan r alpha > r tabel df = (α, n-2). Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *cronbrach alpha*.

2.2. Penelitian Terdahulu

Berikut diuraikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini :

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu

1.	Judul Penelitian	<i>Service Quality and the Mediating Effect of Corporate Image on the Relationship between Customer Satisfaction & Customer Loyalty in the Malaysian Hotel Industry</i>
	Nama & Tahun Peneliti	Cheng & Abdul, 2013
	Hasil Penelitian	Temuan menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan secara signifikan berhubungan dengan kepuasan pelanggan, yang selanjutnya menghasilkan loyalitas pelanggan positif dalam industri hotel. Selain itu, citra perusahaan adalah mediator parsial dalam hubungan antara kepuasan pelanggan.

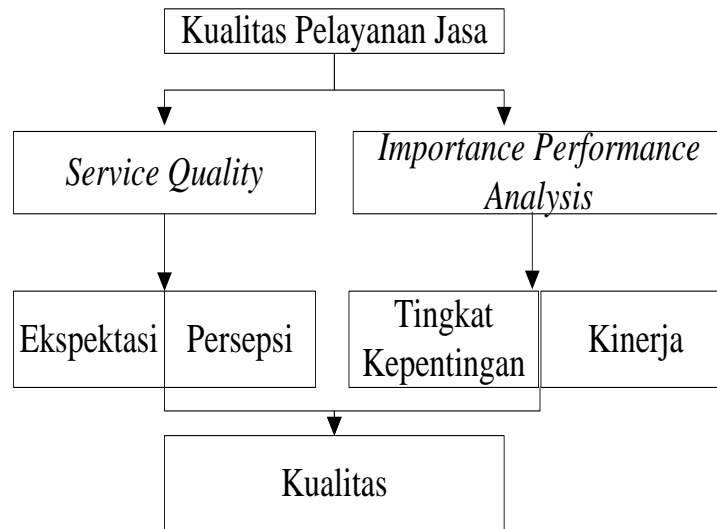
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu (Lanjutan)

2	Judul Penelitian	<i>Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda</i>
	Nama & Tahun Peneliti	Felix, 2017
	Hasil Penelitian	Tingkat kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berada pada rata-rata ≈ 3 (tingkat tinggi). Temuan dari PLCC menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sambil membandingkan dimensi seperti loyalitas pelanggan dengan kehandalan, daya tanggap dan kepastian. Di sisi lain, perbandingan berdasarkan kata positif dari mulut dengan sub variabel kualitas layanan seperti Reliability, assurance, tangibles, empathy dan responsiveness, terungkap bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel.
3	Judul Penelitian	Analisis Kualias Pelayanan Dengan Menggunakan <i>Fuzzy SERVQUAL</i> , Kuadran IPA dan Indeks PGCV
	Nama & Tahun Peneliti	Rosyidah, <i>et al.</i> , 2015
	Hasil Penelitian	Hasil perhitungan SERVQUAL menunjukkan adanya ketidak seragaman antara persepsi dan harapan siswa yaitu -0,0724. Dengan menggunakan kuadran IPA menunjukkan bahwa indikator utama untuk layanan prioritas merupakan indikator kebersihan lingkungan sekolah. PGCV menunjukkan bahwa ada sembilan indikator pelayanan yang menjadi prioritas berikutnya.
4	Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIF GROUP Cabang Manado)
	Nama & Tahun Peneliti	Diza, <i>et al.</i> , 2016
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Manajemen harus memperhatikan harapan dan penilaian konsumen untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan perusahaan.

Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu (Lanjutan)

5	Judul Penelitian	Aplikasi Metode <i>Servqual</i> dan <i>Six Sigma</i> Dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang
	Nama & Tahun Peneliti	Firdian & Budi, 2012
	Hasil Penelitian	Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa <i>variabel servqual</i> dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 73.2%, dan apabila variabel <i>servqual</i> ditingkatkan sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 58.6%. Sedangkan hasil <i>Importance Performance Analysis</i> menunjukkan atribut <i>Rel 9</i> , <i>Rel 7</i> , <i>Rel 6</i> , dan <i>Rel 8</i> sebagai prioritas utama perbaikan. Selanjutnya hasil analisis <i>six sigma</i> berdasarkan dimensi dan atribut yaitu rata-rata pada <i>level sigma 2,3</i> .

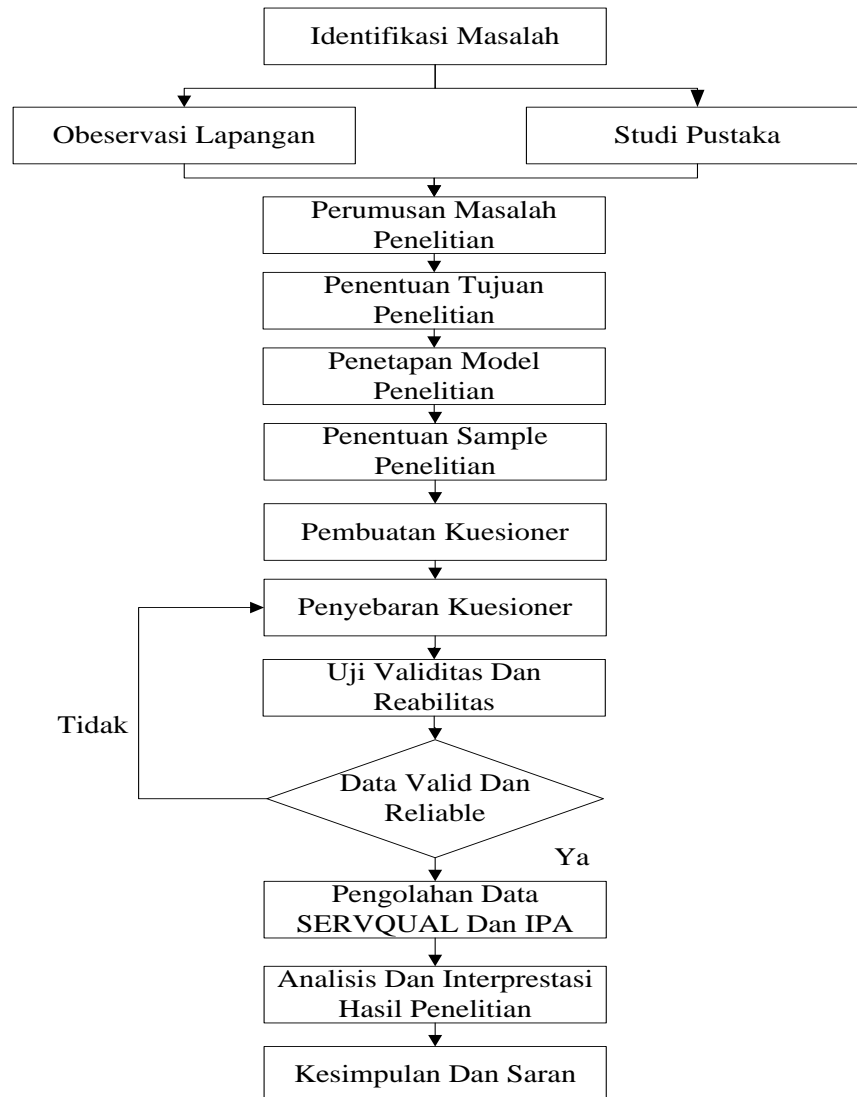
2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian



Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah tamu yang berkunjung dan menginap di PT Raflesia Nusantara pada bulan September sampai dengan Desember 2017.

3.2.2. Sampel

Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel sebanyak 50 responden yang menginap di hotel dengan menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengumpulan sampel. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sugiyono, 2012 dalam (Ramadhani, *et al.*, 2014: 152) yang menyatakan bahwa jumlah anggota sampel yang layak secara statistik dalam penelitian minimal 30 responden.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

4.3.1. Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama (Wandansari, 2013:561) yaitu individu atau perseorangan yang membutuhkan pengelolaan lebih lanjut seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah (Wandansari, 2013:561) data sekunder yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan dengan baik oleh pihak

pengumpul data primer atau pihak lain. Data sekunder yang penulis kumpulkan dari literatur dan penelitian terdahulu.

3.4. Teknik Pengumpulan

Metode pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode wawancara, kuesioner (angket), dan studi pustaka.

1. Metode Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penelitian Metode Pustaka.

2. Metode Angket / Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara memberikan daftar bentuk pertanyaan kepada responden disertai atau dilengkapi dengan alternatif jawaban.

3. Metode pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan cara membaca buku atau literatur dan bentuk tulisan dari sumber perpustakaan atau sumber lain.

3.5. Metode Analisa

Dalam peneltian ini metode yang digunakan adalah metode IPA (*Importance Performances Analysis*) dan SERVQUAL (*Service Quality*) untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut.

3.5.1. Metode SERVQUAL (*Service Quality*)

Pada analisis metode SERVQUAL akan dilakukan penyebaran kuesioner kepada tamu atau pelanggan yang menginap di hotel tersebut sebanyak 50 tamu dengan dua kuesioner yaitu kuesioner untuk penilaian ekspektasi dan kuesioner untuk penilaian persepsi melalui lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurances* dan *emphaty*.

Selanjutnya dilakukan perhitungan skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan) dan kinerja (persepsi) pelayanan untuk tiap dimensi *servqual*, maka kita dapat menganalisa kesenjangan (*gap*) dengan cara sebagai berikut:

1. Untuk setiap responden, jumlah tiap dimensi dibagi dengan jumlah butir pernyataan untuk tiap dimensi tersebut.
2. Jumlah seluruh skor pada langkah pertama untuk semua responden dibagi hasilnya dengan jumlah seluruh responden.

Setelah diperoleh rata-rata skor untuk tiap dimensi *servqual* kemudian didapat besarnya kesenjangan (*gap*).

Servqual Gap = Skor tingkat kepuasan – Skor tingkat kepentingan **Rumus 3.1**

3.5.2. Metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

Importance Performance Analysis (IPA) dengan menggunakan diagram kartesius (Supranto, 2011) dalam (Ramadhani, 2014:154). 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 pelanggan dapat dilihat dengan rumus :

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.2}$$

$$Y = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.3}$$

Keterangan :

X= Skor rata-rata setiap peubah i pada tingkat kinerja.

Y = Skor rata-rata setiap peubah i pada tingkat kepentingan.

$\sum Xi$ = Total skor setiap peubah i pada tingkat pelaksanaan kinerja.

$\sum Yi$ = Total skor setiap peubah i pada tingkat kepentingan seluruh responden.

N = Total responden (Dalam penelitian total responden 50).

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

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n x1}{k} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.4}$$

$$Y = \frac{\sum_{i=1}^n y2}{k} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.5}$$

Keterangan :

X = Skor rata-rata dari total rata-rata bobot tingkat kinerja dari seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Y = Skor rata-rata dari total rata-rata bobot tingkat kepentingan dari seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

K = Banyaknya variabel atau yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3.5.3. Uji Validitas

Teknik untuk mengukur validitas kuisioner adalah dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing variabel dengan skor total menggunakan rumus korelasi *product moment*, sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.6}$$

3.5.4. Uji Reliabilitas

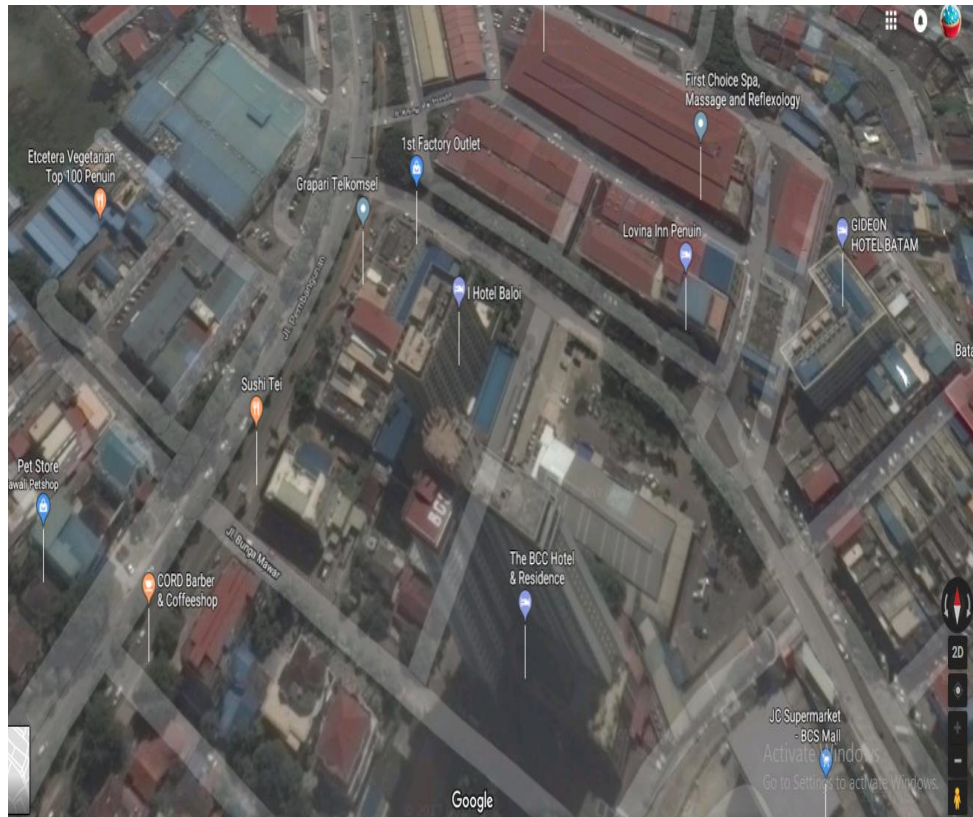
Uji reliabilitas dapat diuji dengan rumus dibawah ini :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right] \dots\dots\dots \text{Rumus 3.7}$$

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

2.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Raflesia Nusantara (I Hotel Baloi) yang beralamat di Jalan Baloi Kusuma Indah No 7 Penuin – Batam 29431 dengan keterangan tempat lokasi sebagai berikut ini:



Gambar 3.2 Peta Lokasi PT Raflesia Nusantara

2.6.2. Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian dalam melakukan penelitian tersebut adalah seperti:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan Penelitian	Aug-17				Sep-17				Okt-17				Nov-17				Des-17				Jan-17			
	Minggu Ke-				Minggu Ke-				Minggu Ke-				Minggu Ke-				Minggu Ke-				Minggu Ke-			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■	■	■																				
Penulisan Laporan					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Pengumpulan Data					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Pengolahan Data																					■	■		
Penyelesaian Laporan																						■	■	■