



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL LEMBAH BUKIT RAYA CIANJUR**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Dina Mardiana

021114434

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

2018

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL LEMBAH BUKIT RAYA CIANJUR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan,
Bogor

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA.)

Ketua Program Studi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Herdiyana'.

(Herdiyana, S.E., M.M)

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA HOTEL LEMBAH BUKIT RAYA CIANJUR**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari : Kamis Tanggal : 29/Maret/2018

Dina Mardiana
021114434

Menyetujui,

Ketua Sidang



(Hj. Dra. Sri Hartini.,M.M)

Ketua Komisi Pembimbing



(Hj. Dra. Sri Hartini.,M.M)

Anggota Komisi Pembimbing



(Yetty Husnul H, S.E., M.M.)

ABSTRAK

DINA MARDIANA, 021114434, Ekonomi Manajemen, Manajemen Pemasaran, Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur, Dibawah Bimbingan : Ketua komisi pembimbing Ibu Hj.SRI HARTINI dan Anggota komisi pembimbing Ibu YETTY HUSNUL HAYATI, 2018.

Ditengah meningkatnya angka penggunaan akomodasi hotel di Cipanas-Cianjur yang merupakan wilayah yang jauh dari udara perkotaan ditambah dengan berbagai objek pariwisata membuat kawasan Cipanas menjadi salah satu kawasan tujuan wisata atau tempat menginap yang banyak diminati. Penurunan tingkat hunian terjadi pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur. Berdasarkan kinerja Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur melalui dua situs booking online bahwa penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan belum memenuhi target manajemen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur. Hal ini dapat dilihat yang menunjukkan bahwa tidak tercapainya target penilaian bintang lima yang disediakan oleh manajemen hotel dan terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan yang menurun sedangkan sebagai usaha dalam sektor jasa, kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, dipilihlah variabel kualitas pelayanan sebagai indikator indepeden dan kepuasan konsumen sebagai indikator dependen.

Tujuan penelitian ini ditunjukkan untuk menyusun rekomendasi terkait kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur. Dengan menggunakan data kualitatif yang bersumber dari sumber sekunder melalui Data BPS Provinsi Jawa Barat, Studi pustaka, serta literatur dan Buku-buku sedangkan sumber primer berasal dari hasil kuisisioner terhadap 100 orang konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur yang diambil menggunakan metode *Sample Random Sampling*. Metode Analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, dan menggunakan metode analisis data *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kinerja Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki kinerja yang sangat baik hal ini ditunjukkan pada jawaban responden terhadap masing-masing atribut kualitas pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur yang memiliki nilai total tanggapan responden sebesar 80% sampai 90% sedangkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui tingkat kesesuaian kinerja pelayanan dan harapan konsumen memiliki nilai rata-rata sebesar 101,61% yang artinya konsumen sudah merasa puas akan kinerja kualitas pelayanan. Berdasarkan posisi pada diagram kartesius pada kuadran A terdapat 2 atribut kualitas pelayanan, pada kuadran B terdapat 5 atribut kualitas pelayanan, pada kuadran C terdapat 9 atribut kualitas pelayanan, serta pada kuadran D terdapat 2 atribut kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Importance Performance Analysis (IPA), Diagram Kartesius.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Alhamdulillah rabbil'alamin, pertama dan yang utama penulis ucapkan pujisyukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sampai detik ini kepada kita semua, karena atas ridho-Nya lah akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur**” tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, AK., MM., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Bapak Herdiyana, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Hj. Dra. Sri Hartini, M.M. dan Ibu Yetty Husnul H, S.E., M.M. Selaku Dosen pembimbing dan Co. Pembimbing yang penuh dengan kesabaran dan ketulusan hati memberikan bimbingan, petunjuk dan pengarahan bagi penulis dalam penyusunan proposal ini.
5. Ibu Dwi Meylani Riswati, S.E., M.M. Selaku Kordinator Seminar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
6. Para Dosen, TU, Serta Staff Perpustakaan, dan Seluruh Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu yang sangat berarti bagi penulis selama penulis kuliah di Universitas Pakuan.
7. Bapak Iwan Sanusi Selaku Operasional Manager Hotel Lembah Bukir Raya Cianjur dan Seluruh Karyawan Hotel Lembah Bukir Raya Cianjur yang telah banyak membantu dalam memberikan arahan, informasi, dan bimbingannya selama penulis melakukan Riset Penelitian di Hotel Lembah Bukir Raya Cianjur.

Kedua orangtuaku yaitu Bapak H.Mamad dan Ibu Hj.Anyi yang telah memberikan limpahan kasih sayang, perhatian, dan dukungan yang tidak pernah henti baik moral, spiritual, maupun material kepada saya selaku penulis, serta berkat dan doa restunya sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan sebaikmungkin.

8. Kakak-kakak ku yang telah mewujudkan mimpiku menjadi calon Sarjana Ekonomi yaitu Budi Awaludin, Iwan Setiawan dan Iyet Khusnul serta keponakanku Aneu, Karina, Yessy, Abi, dan Seluruh Keluarga besarku terimakasih atas do'a nya, perhatian, dorongan dan canda tawanya.
9. Wildan Abdul Aziz yang selalu mendengarkan keluh kesah selama mengerjakan skripsi ini, terimakasih atas bantuannya berupa dorongan, semangat, do'a, dan canda tawanya.
10. Teman-teman kelas J manajemen 2014, dan teman-teman konsentrasi Manajemen Pemasaran terimakasih atas kebersamaan dan dukungannya.
11. Sahabat-Sahabat Penulis Teh Yuli, Dini, Nanda, Rahma, Deni, Lia, Imel, Dora, Amel, Dewi, Ucum, Ocha, Cuneng, Isma, Hastri, Eva, Iyam yang telah banyak memberikan nasihat dan dukungannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya yang akan ataupun tengah mengadakan tinjauan terhadap masalah yang sama, semoga bantuan dan kebaikan kepada penulis akan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, aamiin.

Bogor, 29 Maret 2018

(Dina Mardiana)

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1. Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Jasa	9
2.2.1 Pengertian Jasa	9
2.2.2 Karakteristik Jasa	10
2.3 Kualitas Pelayanan	11
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	12
2.3.3 Kinerja Pelayanan	13
2.3.4 Model Kualitas Jasa	14
2.4 Kepuasan Konsumen	15
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	15

2.4.2 Harapan Konsumen	16
2.4.3 Mengukur Kepuasan Konsumen	16
2.5 Hotel	17
2.5.1 Pengertian Hotel.....	17
2.5.2 Penggolongan Hotel.....	17
2.5.3 Jenis Hotel	18
2.6 Penelitian Sebelumnya	18
2.6.1 Kerangka Pemikiran	20
2.6.2 Konstelasi Penelitian	22
27. Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Objek, Unit Analisis Dan Lokasi Penelitian	23
3.2.1Objek Penelitian.....	23
3.2.2Unit Analisis.....	23
3.2.3Lokasi Penelitian.....	23
3.3 Jenis Dan Sumber Data Penelitian	23
3.4 Operasionalisasi Variabel	24
3.5 Metode Penarikan Sampel	25
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.7 Metode Analisis.....	34
3.7.1 Analisis Deskriptif	34
3.7.2 Metode Importance Performance Analysis (IPA)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	36
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur	36
4.1.2 Kegiatan Usaha	36
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	38
4.1.4 Profil Responden.....	42
4.2 Pembahasan	48
4.2.1 Kualitas Pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur	48

4.2.2 Kepuasan Konsumen pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur	62
4.2.3 Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Simpulan	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
JADWAL PENELITIAN	87
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Jumlah Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur Tahun 2016	3
Tabel 2	Data Jumlah konsumen dan Hasil Rata-Rata Konsumen.....	4
Tabel 3	Penilaian Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur	5
Tabel 4	Penilaian Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur	5
Tabel 5	Penelitian Sebelumnya.....	20
Tabel 6	Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 7	Data Jumlah konsumen dan Hasil Rata-Rata Konsumen	27
Tabel 8	Skala Likert.....	28
Tabel 9	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	30
Tabel 10	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	31
Tabel 11	Keterangan Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	32
Tabel 12	Keterangan Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	33
Tabel 13	Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 15	Kategori Hotel dan Bungalow	37
Tabel 16	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 17	Profil Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 18	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 19	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	45
Tabel 20	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Menginap	46
Tabel 21	Profil Responden Berdasarkan Lama Menginap	47
Tabel 22	Kinerja Tempat Parkir yang Luas dan Memadai	48
Tabel 23	Kinerja Eksterior dan Interior yang Menarik.....	49
Tabel 24	Kinerja Kebersihan dan Kenyamanan Kamar Hotel	50
Tabel 25	Kinerja Kondisi Gedung dan Fasilitas yang Baik	50
Tabel 26	Kinerja Pelayanan Tersedia 24 Jam	51
Tabel 27	Kinerja Karyawan Memberikan Perhatian Khusus Kepada Pelanggan	52
Tabel 28	Kinerja Mampu Berkomunikasi Dengan Baik.....	53
Tabel 29	Kinerja Kesanggupan Merespon Keluhan dan Saran.....	53
Tabel 30	Kinerja Karyawan Cepat Tanggap Dalam Melayani Konsumen	54
Tabel 31	Kinerja Karyawan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadapi Konsumen	55

Tabel 32 Kinerja Karyawan Memahami Keinginan dan Kebutuhan Konsumen ..	56
Tabel 33 Kinerja Pelayanan yang Cepat dan Tepat	57
Tabel 34 Kinerja Pelayanan Jelas dan Mudah.....	57
Tabel 35 Kinerja Makanan dan Minuman yang Ditawarkan Enak	58
Tabel 36 Kinerja Kemudahan Ketika Memesan Kamar Hotel.....	59
Tabel 37 Kinerja Karyawan Bersikap Jujur.....	60
Tabel 38 Kinerja Karyawan Bersikap Ramah dan Sopan.....	60
Tabel 39 Kinerja Jaminan Rasa Nyaman Atas Jasa	61
Tabel 40 Tingkat Kinerja Pada Atribut Tepat Parkir yang Luasa dan Memadai ..	63
Tabel 41 Tingkat Harapan Pada Atribut Tepat Parkir yang Luasa dan Memadai	63
Tabel 42 Tingkat Kinerja Pada Atribut Eksterior dan Interior Yang Menarik.....	64
Tabel 43 Tingkat Harapan Pada Atribut Eksterior dan Interior Yang Menarik	64
Tabel 44 Tingkat Kinerja Pada Atribut Kebersihan dan Kenyamanan Kamar Hotel.....	65
Tabel 45 Tingkat Harapan Pada Atribut Kebersihan dan Kenyamanan Kamar Hotel.....	65
Tabel 46 Tingkat Kinerja Pada Atribut Kondisi Gedung dan Fasilitas yang baik	66
Tabel 47 Tingkat Harapan Pada Atribut Kondisi Gedung dan Fasilitas yang baik	66
Tabel 48 Tingkat Kinerja Pada Atribut Pelayanan Tersedia 24 Jam	67
Tabel 49 Tingkat Harapan Pada Atribut Pelayanan Tersedia 24 Jam.....	67
Tabel 50 Tingkat Kinerja Pada Atribut Karyawan Memberikan Perhatian Khusus Kepada Pelanggan	68
Tabel 51 Tingkat Harapan Pada Atribut Karyawan Memberikan Perhatian Khusus Kepada Pelanggan	68
Tabel 52 Tingkat Kinerja Pada Atribut Karyawan Mampu Berkomunikasi dengan Baik	69
Tabel 53 Tingkat Harapan Pada Atribut Karyawan Mampu Berkomunikasi dengan Baik	69
Tabel 54 Tingkat Kinerja Pada Atribut Kesanggupan Merespon Keluhan dan Saran.....	70
Tabel 55 Tingkat Harapan Pada Atribut Kesanggupan Merespon Keluhan dan Saran.....	70

Tabel 56 Tingkat Kinerja Pada Atribut Karyawan Cepat Tanggap dalam Melayani Konsumen	71
Tabel 57 Tingkat Harapan Pada Atribut Karyawan Cepat Tanggap dalam Melayani Konsumen	71
Tabel 58 Tingkat Kinerja Pada Atribut Karyawan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadapi Konsumen.....	72
Tabel 59 Tingkat Harapan Pada Atribut Karyawan Bersedia Membantu Kesulitan Yang Dihadapi Konsumen.....	72
Tabel 60 Tingkat Kinerja Pada Atribut Karyawan Memahami Keinginan dan Kebutuhan Konsumen.....	73
Tabel 61 Tingkat Harapan Pada Atribut Karyawan Memahami Keinginan dan Kebutuhan Konsumen.....	73
Tabel 62 Tingkat Kinerja Pada Atribut Pelayanan yang Cepat dan Tepat	74
Tabel 63 Tingkat Harapan Pada Atribut Pelayanan yang Cepat dan Tepat	74
Tabel 64 Tingkat Kinerja Pada Atribut Prosedur Pelayanan Yang Jelas Dan Mudah	75
Tabel 65 Tingkat Harapan Pada Atribut Prosedur Pelayanan Yang Jelas Dan Mudah	75
Tabel 66 Tingkat Kinerja Pada Atribut Makanan Dan Minuman Yang Ditawarkan Enak.....	76
Tabel 67 Tingkat Harapan Pada Atribut Makanan Dan Minuman Yang Ditawarkan Enak.....	76
Tabel 68 Tingkat Kinerja Pada Atribut Kemudan Ketika Memesan Kamar Hotel	77
Tabel 69 Tingkat Harapan Pada Atribut Kemudan Ketika Memesan Kamar Hotel	77
Tabel 70 Tingkat Kinerja Pada Atribut Karyawan Bersikap Jujur	78
Tabel 71 Tingkat Harapan Pada Atribut Karyawan Bersikap Jujur	78
Tabel 72 Tingkat Kinerja Pada Atribut Karyawan Bersikap Ramah Dan Sopan..	79
Tabel 73 Tingkat Harapan Pada Atribut Karyawan Bersikap Ramah Dan Sopan	79
Tabel 74 Tingkat Kinerja Pada Atribut Jaminan Rasa Nyaman Atas Jasa	80
Tabel 75 Tingkat Harapan Pada Atribut Jaminan Rasa Nyaman Atas Jasa	80
Tabel 76 Penilaian Tingkat Kinerja Dan Tingkat Harapan Pada Atribut Kualitas Pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 BPS Jawa Barat Tingkat Penghunian Kamar	2
Gambar 2 Model Kualitas jasa	14
Gambar 3 Konstelasi Penelitian	22
Gambar 4 Struktur Organisasi Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur	38
Gambar 5 Jenis Kelamin Responden	42
Gambar 6 Usia Responden	43
Gambar 7 Pekerjaan Responden	44
Gambar 8 Pendapatan Responden	45
Gambar 9 Tujuan Menginap Responden	46
Gambar 10 Lama Menginap Responden	47
Gambar 11 Analisis Diagram Kartesius Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Koding Kuisisioner Kualitas Pelayanan

Lampiran 3 Koding Kuisisioner Kepuasan Konsumen

Lampiran 4 Surat Keterangan Riset Perusahaan

BAB I

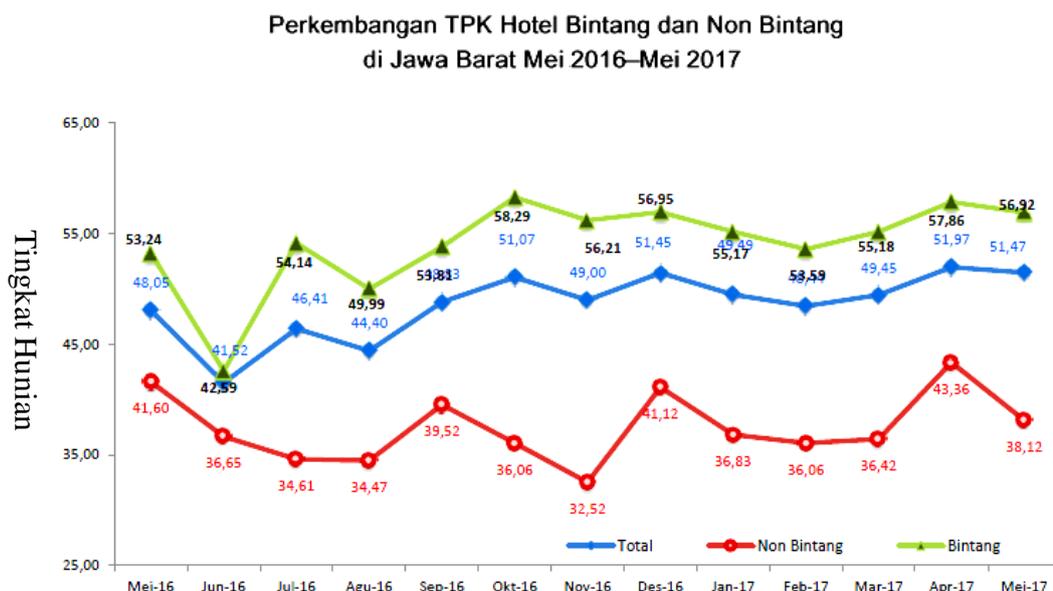
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan persaingan bisnis di era globalisasi pada saat ini, mengalami kemajuan perekonomian yang semakin berkembang pesat diberbagai belahan dunia, Salah satunya adalah Industri pariwisata, Industri pariwisata digunakan oleh beberapa negara sebagai industri yang bisa diandalkan. Hal ini dikarenakan banyak sekali manfaat yang bisa dihasilkan dari industri pariwisata. Saat ini industri pariwisata telah menjadi salah satu industri terbesar di dunia. Selain karena industri pariwisata bisa menambah pendapatan negara, Industri pariwisata juga dapat menciptakan peluang usaha untuk berbagai lapisan masyarakat dan dapat meningkatkan perekonomian Nasional dengan pendayagunaan industri kecil dan menengah. Peristiwa ini membuat industri pariwisata layak dijadikan sektor yang mendapatkan perhatian khusus.

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang terpengaruh dengan adanya perkembangan perekonomian Nasional, salah satu sektor jasa di Indonesia adalah industri pariwisata yang merupakan sektor yang sangat menjanjikan sehingga pariwisata ditetapkan menjadi leading pembangunan yang menggerakkan perekonomian bangsa. Oleh karena itu kebijakan yang diambil oleh pemerintah Indonesia menunjukkan untuk memberikan kemudahan dan penanaman modal, penyederhanaan ekspor impor, perbaikan sarana dan prasarana diberbagai sektor industri, sektor jasa, dan lain-lainnya yang akhirnya akan meningkatkan perekonomian Indonesia.

Dengan adanya kondisi tersebut menyebabkan para pembisnis harus mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target penjualan. Mengingat perkembangan yang semakin dinamis, manusia dituntut untuk mempunyai inovasi agar tidak kalah bersaing. Kemajuan sektor pariwisata Indonesia, memicu provinsi-provinsi di Indonesia untuk lebih meningkatkan pengelolaan pariwisata didaerahnya masing-masing. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai daya tarik wisata sehingga banyak wisatawan berkunjung ke Jawa Barat. Hotel merupakan salah satu sarana penting dalam menunjang kepariwisataan, Hotel berfungsi sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal terutama wisatawan yang melakukan wisata lebih dari satu hari. Berikut data perkembangan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat :



Gambar 1

Sumber : Berita Resmi Statistik BPS Provinsi Jawa Barat No.37/07/32/Th.XIX,
3 Juli 2017

Dari data diatas dapat diketahui bahwa, Total Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel di Jawa Barat pada April 2017 mencapai 51,97 persen turun 0,50 poin dibandingkan TPK Mei 2017 yang mencapai 51,47 persen. Sedangkan TPK hotel bintang pada April 2017 mencapai 57,86 persen turun 0,94 poin dibandingkan TPK Mei 2017 yang mencapai 56,92 persen. TPK hotel Non Bintang pada April 2017 mencapai 43,36 persen turun 5,24 poin dibandingkan Mei 2017 yang mencapai 38,12 persen. Selama periode Mei 2016 hingga Mei 2017 TPK kelompok Hotel Bintang selalu tingkat huniannya lebih tinggi dibandingkan dengan TPK hotel Non Bintang.

Setiap hotel akan selalu bersaing untuk mendapatkan loyalitas konsumen yang tinggi, diantaranya melalui kualitas jasa. Dalam melaksanakan kualitas jasanya seringkali mendapatkan kesulitan, yaitu dengan adanya harapan konsumen yang semakin berkembang dengan seiring banyaknya informasi yang diterima konsumen serta bertambahnya pengalaman konsumen. Banyak kota atau kabupaten di Indonesia yang berpotensi sebagai daerah tujuan wisata, salah satunya adalah kabupaten Cianjur, yang merupakan salah satu kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Barat. Kabupaten yang berbatasan dengan kabupaten Bogor ini memiliki karakteristik wilayah yang dikenal sebagai kawasan pariwisata salah satunya didarerah Cipanas-Cianjur. Sebagai wilayah yang jauh dari udara perkotaan ditambah dengan berbagai objek pariwisata membuat kawasan Cipanas menjadi salah satu kawasan tujuan wisata yang banyak diminati. Tentu saja kawasan ini memiliki kegiatan pariwisata yang menonjol seperti Hotel, Villa/Bungalow, Resort area, Rest area dan Rumah makan.

Didalam Keputusan Dirjen Pariwisata no.14 Tahun 1998, dinyatakan bahwa yang dimaksudkan dengan Hotel ialah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan, minum, serta jasa lain bagi umum yang dikelola secara komersial, serta memenuhi persyaratan tertentu. Sedangkan dengan akomodasi dimaksudkan sebagai sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan makan dan minum serta jasa lainnya. Sebagai salah satu alat pemenuhan kebutuhan yang penting usaha jasa ini memiliki angka permintaan yang tinggi sehingga peluang usaha dalam sektor ini banyak diminati. Dengan melihat adanya peluang yang sangat baik dan dapat dimanfaatkan dalam bidang pariwisata. maka, dengan ini banyak perusahaan yang banyak melakukan usaha didalam jasa penginapan dengan berbagai macam jenis hotel, mulai dari hotel mewah sampai dengan penginapan biasa, sehingga terjadilah persaingan antar hotel yang semakin ketat untuk mendapatkan konsumen.

Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur, merupakan salah satu hotel bintang 4 yang berada di Jl. Raya Cipanas No.219, Sindanglaya, Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43253. Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur ini mempunyai pilihan dengan beragam type bungalow dan hotel yang ditata dan disesuaikan dengan kebutuhan keluarga atau untuk kegiatan meeting, study tour, family gathering, dan lain sebagainya yang ditata dengan bentuk dan gaya artistik, yang hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen hotel akan tempat berlibur yang nyaman dan asri serta dapat menjadi salah satu tujuan wisata untuk melepas penat. Dengan harga yang ditawarkan mulai dari Rp 312.645-Rp1.203.000 (Berdasarkan Tarif Rata-Rata untuk Kamar Standard). akan tetapi perkembangan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dari tahun ke tahun tidak menunjukkan suatu peningkatan yang baik dan cenderung menurun. Hal ini dapat dilihat dari data jumlah konsumen hotel dari tahun 2014 – 2016 sebagai berikut :

Tabel 1
Jumlah Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur Tahun 2014-2016

Tahun	Jumlah Konsumen
2014	24.325
2015	24.209
2016	23.984

Sumber data : Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur 2016

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah konsumen atau tamu Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dari tahun ketahun selalu mengalami penurunan yang drastis dimana pada tahun 2014 jumlah konsumen sebanyak 24.325, dan mengalami penurunan sebesar 116 pada tahun 2015, sedangkan pada tahun 2016 jumlah konsumen mengalami penurunan yang menjadi 23.984 konsumen. Penurunan tingkat hunian Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur merupakan fenomena yang menarik

pasalnya tingginya tingkat persaingan industri perhotelan di daerah Cipanas-Cianjur diakibatkan oleh meningkatnya kompleksitas pasar dari permintaan wisatawan yang beragam. Untuk itu, Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur perlu memiliki pengelolaan yang baik dan kompeten agar dapat bersaing di pangsa pasar kabupaten Cianjur khususnya di daerah Cipanas. Berikut ini merupakan data secara terperinci mengenai jumlah konsumen dan hasil rata-rata konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur pada tahun 2016 :

Tabel 2
Data Jumlah Konsumen dan Hasil Rata-Rata Konsumen
Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur Pada Tahun 2016

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari 2016	2.225
Februari 2016	1.450
Maret 2016	1.350
April 2016	2.400
Mei 2016	1.900
Juni 2016	1.350
Juli 2016	2.814
Agustus 2016	1.400
September 2016	2.525
Oktober 2016	1.650
November 2016	1.800
Desember 2016	3.120
Total	23.984
Rata-rata jumlah konsumen	1998,667

Sumber : Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur Tahun 2016

Maju mundurnya usaha perhotelan dipengaruhi oleh bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi differensiasi ketika menjual produk yang sama. Seorang konsumen dapat mengetahui kualitas jasanya dengan cara membandingkan yang diharapkan dengan kenyataan yang sebenarnya, yang diharapkan adalah kinerja jasa yang diangan-angankan diberikan oleh penjual jasa. Kinerja jasa yang diharapkan ini muncul berdasarkan informasi-informasi dari mulut ke mulut, pengalaman masa lalu, dan janji promosi oleh perusahaan. Untuk itu, Penulis melakukan observasi awal mengenai bagaimana tanggapan konsumen terhadap tamu yang menginap di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur melalui dua situs booking hotel online seperti pegipegi.com, dan Treveloka.com. Berdasarkan ulasan konsumen di situs-situs tersebut diperoleh beberapa hasil penilaian seperti dibawah ini :

Tabel 3
Penilaian Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

Kualitas Pelayanan	Nilai	Keterangan
Kamar Hotel	7,6	
Kebersihan Kamar	6,8	
Pelayanan Staff Hotel	7,8	
Makanan	7,2	
Kamar Mandi	6,8	
Kolam Renang/Spa	6,0	
Lokasi	8,4	
Harga	8,0	

Sumber : Situs booking hotel online Pegi-Pegi.com 2017

Dalam situs booking online ini, Situs Pegi-Pegi.com memberikan penilaian sebesar 7,9 dari total 10 point dengan ulasan sebanyak 32 orang dimana penilaian atas Kamar Hotel, Kebersihan Hotel, Pelayanan Staff Hotel, Makanan, Kamar Mandi, Kolam Renang/Spa, Lokasi, dan Harga. Penilaian yang mendapatkan penilaian tiga bintang ditunjukkan kepada fasilitas kebersihan kamar, kamar mandi, dan kolam renang/spa yang artinya belum memenuhi target penilaian bintang yang disediakan oleh manajemen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dan mendapatkan banyak kritikan dari konsumen yang dituangkan kedalam kolom ulasan mengenai hal diatas.

Tabel 4
Penilaian Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

Kualitas Pelayanan	Nilai	Keterangan
Cleanliness	6,70	
Comfort	6,92	
Meal	6,84	
Location	7,81	
Service	7,49	

Sumber : Situs booking hotel online Treveloka.com 2017

Situs Treveloka memberikan penilaian sebesar 7,3 dari total 10 point, yang terdiri dari ulasan sebanyak 68 orang. Yang terdiri dari Cleanliness, Comfort, Meal, Location, serta Service. Untuk penilaian Cleanliness, Comfort, dan Location mendapatkan penilaian tiga bintang yang artinya belum memenuhi target penilaian bintang yang disediakan oleh manajemen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen akan aspek-aspek penilaian diatas sangat rendah, yang ditunjukkan dari berbagai komentar langsung di kolom ulasan situs Treveloka.com.

Berdasarkan ulasan konsumen terhadap kinerja Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur melalui dua situs booking online diatas dapat dilihat bahwa penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan belum memenuhi target manajemen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur hal ini dapat dilihat dari dua situs booking hotel online yang menunjukkan bahwa tidak tercapainya target penilaian bintang lima yang disediakan oleh manajemen hotel dan terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan yang menurun sedangkan sebagai usaha dalam sektor jasa, kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi differensiasi ketika menjual produk yang sama.

Menurut Daryanto dan Ismanto Setyabudi (2014;90) Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Apabila penampilan produk yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, maka dapat dipastikan konsumen akan merasa tidak puas dan apabila produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen, maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian keseluruhan atas keunggulan suatu jasa. J Supranto (2011;233) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Kualitas pelayanan menurut Sangadji dan Sopiha (2013;100) merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen semakin baik kualitas pelayanan yang ditawarkan maka konsumen akan merasa terpenuhi kebutuhannya sehingga nilai kepuasan konsumen akan jasa tersebut akan semakin positif. Kualitas jasa tergantung kepada orang yang memberikan pelayanan, perbedaan pelayanan sangat ditentukan oleh kecakapan, kecepatan, atau kualitas dari masing-masing orang. Keragaman atau variasi pelayanan menjadi karakter dari bisnis jasa, Pengembangan dan penetapan harga untuk bisnis jasa dengan ketidakkonsistensinya merupakan tantangan bagi pembisnis.

Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur masih memiliki penilaian yang rendah terkait kualitas pelayanannya. Hal ini dapat terlihat dari penilaian kepuasan konsumen terhadap aspek kualitas pelayanan seperti

kebersihan, fasilitas, kenyamanan, keadaan kamar, staff karyawan hotel, dan lokasi melalui dua situs booking hotel online yang masih rendah artinya kinerja kualitas pelayanan hotel masih belum memenuhi harapan konsumen. Maka dari itu, untuk mengetahui kepuasan konsumen akan kualitas pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur maka penulis merasa tertarik untuk mengangkat permasalahan ini untuk dijadikan judul pada kertas karya penulis dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur**”.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis megidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan data kualitas pelayanan penulis melakukan observasi awal terhadap penilaian konsumen yang pernah menginap di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur yang didapat melalui data penilaian konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur melalui dua situs booking hotel secara online yang populer di Indonesia diantaranya: www.pegipegi.com, dan www.Treveloka.com yang menunjukkan bahwa tidak tercapainya target penilaian bintang lima yang disediakan oleh manajemen hotel di situs tersebut, dan terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan yang menurun sedangkan sebagai usaha dalam sektor jasa kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang harus dipenuhi.
2. Berdasarkan data jumlah konsumen dapat terlihat bahwa jumlah konsumen pada tahun 2014-2016 Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur mengalami jumlah konsumen yang menurun setiap tahunnya, penurunan tingkat hunian Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur merupakan fenomena yang menarik pasalnya tingginya tingkat persaingan industri perhotelan di daerah Cipanas-Cianjur diakibatkan oleh meningkatnya kompleksitas pasar dari permintaan wisatawan yang beragam.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan indikator permasalahan diatas dapat diambil rumusan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur?
3. Apakah analisis antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat digunakan acuan dalam penyusunan rekomendasi pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur yang aktual dan berguna untuk menyusun makalah skripsi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur.
2. Untuk menganalisis kepuasan konsumen di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur.
3. Untuk menyusun rekomendasi terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritik

Untuk menambah ilmu pengetahuan, pengalaman, serta wawasan dan mengembangkan daya pikir, diharapkan juga dapat membandingkan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik lapangan.

2. Kegunaan Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi input serta dapat membantu dalam memberikan rekomendasi kepada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur khususnya dengan mendapatkan solusi baru mengenai kepuasan konsumen dari sisi kualitas pelayanan dan meningkatkan kinerja organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Danang Sunyoto (2013;194) menyatakan bahwa pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia perusahaan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang, oleh karena itu seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok dibidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

Pengertian lain mengenai pemasaran menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2012;2) menyatakan bahwa pemasaran merupakan “Suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan barang dan jasa yang baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial”.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012;6) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Dari pengertian-pengertian mengenai pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan managerial dengan mana seseorang atau kelompok yang kegiatan bisnisnya dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen serta dapat memberikan nilai kepada barang dan jasa tersebut.

2.2 Jasa

2.2.1 Pengertian Jasa

Jasa merupakan salah satu jenis produk dalam aspek produk dalam bauran pemasaran. Pengertian jasa menurut Danang Sunyoto (2012;232) mendefinisikan sebagai “Setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *Intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun”.

Menurut Buchari Alma (2013;243), “Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak”.

Christopher H Lovelock (2015;7) mendefinisikan jasa sebagai berikut:

“A Service is any act, performance or experience that one party can offer to another and that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything, but nonetheless creates value to the recipient, Its production may or may not be tied to a physical product”.

Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (2013,243) menyatakan bahwa:

“Broad definition is one that defines services “include all economic activities whose output is not a physical product or construction, is generally consumed at the time it is produced, and provides added value in form (such as convenience, amusement, timeliness, comfort, or health) that are essentially intangible concerns of its first purchaser”.

American Marketing Association (2011;227) menyatakan bahwa:

“Service are those separately identifiable, essential intangible activities which provide want satisfaction and that is not necessarily tied to the sales of a product or another service. To produce a service may or may not require these use of tangible goods. However when such use required, there is no transfer of title (Permanent ownership) to these tangible goods.

Menurut Fandy Tjiptono (2017;236) Jasa didefinisikan sebagai “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *Intangible* (Tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Berdasarkan pengertian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip bersifat *Intangible* dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan jasa sehingga tidak mengakibatkan kepemilikan apapun tetapi tetap menciptakan nilai tambah bagi penerima.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki berbagai karakteristik yang dapat mempengaruhi perencanaan program pemasaran itu sendiri, klasifikasi dalam jasa membantu untuk membatasi dari suatu industri jasa, sehingga tidak hanya memberikan pemahaman akan kebutuhan dan perilaku konsumen secara lebih baik, tetapi dalam memberikan sistem pengelolaan data yang lebih baik.

Sopiah dan Sangadji (2013;94) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik yang membedakannya dengan barang, yaitu :

1. Tidak Berwujud (Intangibility)

Jasa berbeda dengan barang karena jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Dengan kata lain, konsumen tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum mereka menikmatinya sendiri. Oleh

karena itu, untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa tersebut.

2. Tidak dapat dipisahkan (Inseparability)

Biasanya barang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan, dijual, baru kemudian dikonsumsi secara bersamaan. Sementara jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa keduanya mempengaruhi hasil (outcome) dari jasa tersebut.

3. Bervariasi (Variability)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan keluaran non-baku (*nonstandardized output*), artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (Perishability)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Karakteristik *perishability* ini tidak akan menjadi masalah jika permintaan tetap. Tetapi jika perusahaan berfluktuasi, maka perusahaan jasa mengalami masalah.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Agus Sulastyono (2011;35) Kualitas Pelayanan diartikan sebagai “Sesuatu yang kompleks dan konsumen akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai tolak ukurnya yaitu reliabilitas, responsive, jaminan, empati, dan nyata”.

Peter Hernon (2015;56) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai

“Service quality is the customers assesment how good bad subjective evaluation of customer service”.

Kualitas pelayanan menurut Sangadji dan Sopiah (2013;100) merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang ditawarkan maka konsumen akan merasa terpenuhi kebutuhannya sehingga nilai kepuasan konsumen akan jasa tersebut dan semakin positif.

Dari pengertian menurut para ahli penulis menyimpulkan bahwa, kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan mengenai seberapa baik/buruk kualitas jasa yang dinilai kualitas pelayanannya melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai tolak ukurnya yaitu reliabilitas, responsive, jaminan, empati, dan nyata, sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang ditawarkan maka konsumen akan merasa terpenuhi kebutuhannya.

2.3.2. Dimensi Kualitas pelayanan

Kualitas jasa dapat diukur menggunakan dimensi-dimensi yang telah dikemukakan oleh para ahli. Salah satunya adalah menurut Kotler (2000) dalam buku manajemen pemasaran dan pemasaran jasa oleh Buchari Alma (2013;284) dinyatakan bahwa ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan TERRA yaitu :

- a. Berwujud (Tangible)
yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat, lancar, dan sebagainya;
- b. Emphaty (Empati)
yaitu, kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus;
- c. Daya Tanggap (Responsiveness)
yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan /complaint dari konsumen;
- d. Reliability (keandalan)
yaitu kemampuan untuk memberika jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten;
- e. Assurance(Kepastian)
yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Adapun menurut parasuraman dalam Fandy Tjiptomo (2011;198) yang telah menyederhanakan dari sepuluh dimensi menjadi lima dimensi, yaitu :

- a. Reliability (Keandalan)
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati;
- b. Responsiveness (Daya Tanggap)
Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat;
- c. Assurance (Jaminan)
Para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani konsumen serta menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan konsumen;

d. *Emphaty* (Empati)

Perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan agar memberikan rasa nyaman kepada pelanggan;

e. *Tangible* (Bukti Fisik)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

Sedangkan menurut Parasuraman dalam Sopiah dan Sangadji (2013:100) mengemukakan lima dimensi kualitas jasa, yaitu :

a. Keandalan (*Realiability*)

Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya terutama memberikan jasa secara tepat waktu dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan;

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen;

c. Jaminan (*Assurance*)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesempatan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen untuk membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko;

d. Empati (*Emphaty*)

Meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami dan kebutuhan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan;

e. Produk-Produk Fisik (*Tangible*)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

Berdasarkan beberapa pendapat menurut beberapa ahli diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa untuk mengukur suatu kualitas pelayanan maka digunakan lima dimensi yang terdiri dari berwujud, empati, daya tanggap, keandalan, dan kepastian.

2.3.3 Kinerja Pelayanan

Kinerja memiliki kaitan yang erat dengan harapan konsumen karena melalui kinerja yang diberikan oleh perusahaan konsumen dapat mengetahui atau merasakan apakah sesuai dengan harapan yang diinginkannya atau tidak. Adapun menurut para ahli yang mengemukakan mengenai kinerja, yakni :

Menurut Spreng (1996) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2011:308) mengatakan bahwa :

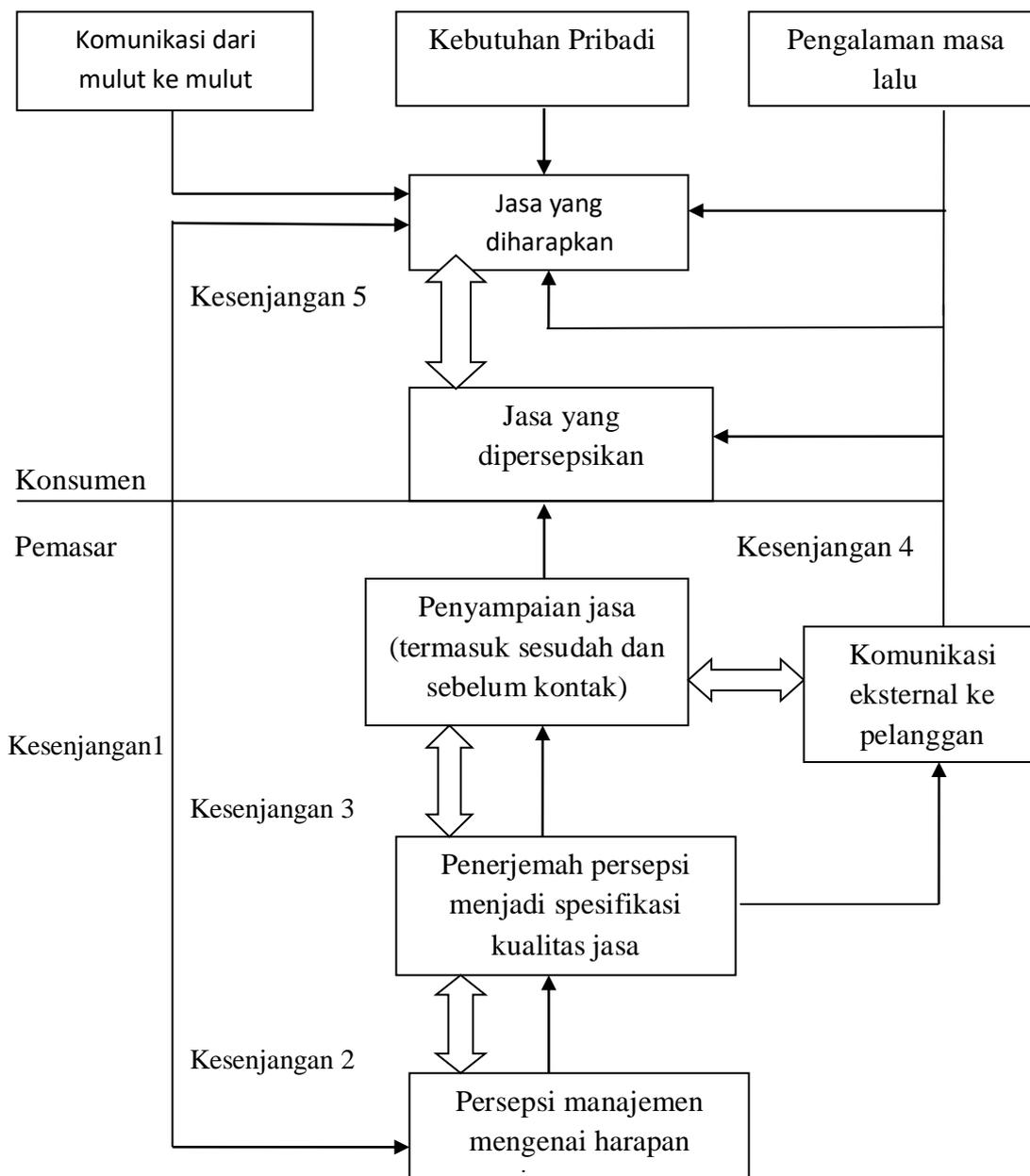
“Keyakinan menyangkut atribut produk, tingkat atribut atau hasil”

Buchari Alma (2013;64) mengemukakan bahwa kinerja memiliki dua dimensi yaitu :

1. Instrumental Performance (daya tahan) yang berkaitan dengan fungsi fisik suatu produk;
2. Expresive Symbolic Performance (corak model), berkenaan dengan kinerja estetis atau peningkatan citra diri.

2.3.4 Model Kualitas Jasa

A Parasuraman, Valerie A Zeithml, dan Leonard L. Berry dalam Buchari Alma (2013;843) menggambarkan model kualitas jasa sebagai berikut:



Gambar 2
Model Kualitas Jasa

Berbagai kesenjangan tersebut dapat terjadi oleh hal-hal berikut ini :

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen timbul karena manajemen tidak selalu awas, tidak mengetahui sepenuhnya apa keinginan konsumen;
2. Kesenjangan persepsi manajemen dengan kualitas jasa. Mungkin manajemen sudah mengetahui keinginan konsumen, tetapi manajemen tidak sanggup dan sepenuhnya melayani keinginan konsumen tersebut. Spesifikasi jasa yang ditawarkan oleh manajemen masih ada kekurangan yang dirasakan oleh konsumen. Inti masalahnya ialah pihak manajemen kurang teliti terhadap detail jasa yang ditawarkan;
3. Kesenjangan kualitas jasa dengan penyampaian jasa. Mungkin kualitas jasa menurut spesifikasinya sudah baik, tapi karena karyawan yang melayani, kurang terlatih, masih baru, dan kaku. Jadi cara penyampaiannya kurang baik, tidak sempurna kata kuncinya ialah manajemen tidak sanggup menyampaikan jasa secara memuaskan bagi konsumen;
4. Kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal dapat terjadi akibat perbedaan antara jasa yang diberikan dan janji-janji yang diobral dalam iklan, brosur, dan sebagainya. Ternyata jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataan. Kata kuncinya ialah iklan atau promosi lainnya terlalu muluk tidak sesuai dengan kenyataan;
5. Kesenjangan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Ini gap yang kebanyakan terjadi yaitu jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang ia bayangkan.

2.4 Kepuasan Konsumen

2.4.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Sopiah dan Sangadji (2013;18) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan Evaluasi konsumen terhadap barang atau jasa sehubungan dengan apakah barang atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

J. Supranto (2011;233) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai “Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja / hasil yang dirasakan dengan yang diharapkannya”.

Menurut Sudaryono (2014;48) Kepuasan Konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Dari pengertian-pengertian mengenai kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh para ahli diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen merupakan Evaluasi konsumen terhadap barang atau jasa dengan membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan yang diharapkannya baik itu berupa kesenangan,

atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut.

2.4.2. Harapan Konsumen

Harapan konsumen dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, diantaranya pengalaman berbelanja di masa lampau, opini teman, dan kerabat serta informasi dan janji-janji perusahaan, dan para pesaing. Cara perusahaan jasa untuk tetap unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2012;159) Harapan konsumen merupakan salah satu indikator penting dalam menentukan nilai kepuasan konsumen. Berdasarkan pengertiannya harapan konsumen merupakan tingkat kinerja yang dianggap konsumen seharusnya mereka dapatkan dari produk yang dikonsumsi, Sedangkan menurut Daryanto dan Ismanto Setyabudi (2014;91) Ekspektasi konsumen jasa adalah keyakinan tentang penghantaran jasa yang berfungsi sebagai standar atau titik referensi dalam bertindak, dimana performansi sebagai pertimbangan.

Dari pengertian-pengertian mengenai harapan konsumen yang dikemukakan oleh para ahli diatas penulis menarik kesimpulan bahwa harapan konsumen merupakan salah satu indikator mengenai keyakinan tentang penghantaran jasa serta tingkat kinerja yang dianggap konsumen, yang seharusnya mereka dapatkan dari produk yang dikonsumsi.

2.4.3. Mengukur Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan (juga pelanggan perusahaan persaingan). Menurut Daryanto dan Ismanto Setyabudi (2014;41) mengemukakan bahwa ada empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sistem keluhan dan saran, ghost shopping, lost customer analysis, dan survey kepuasan pelanggan.

a. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka;

b. Survey Kepuasan Pelanggan

Melalui Survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya;

c. Ghost Shopping (Mystery Shopping)

Ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk

perusahaan dan pesaing. Lalu ghost shopper tersebut menyampaikan teman-temannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan;

d. **Lost Customer Analysis**

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.5 Hotel

2.5.1 Pengertian Hotel

Menurut Ghafar dalam I Gusti Bagus Rai Utama (2017;163) menyatakan bahwa hotel adalah sejenis akomodasi yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan, dan minum, serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggi untuk sementara waktu dan dikelola secara profesional.

Menurut peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Nomor : PM.106/PW.006/MPEK/20112011, tentang sistem manajemen pengaman hotel menyatakan bahwa hotel adalah penyedia akomodasi secara harian berupa kamar-kamar didalam 1 (satu) bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makanan dan minuman, kegiatan hiburan serta fasilitas lainnya.

Menurut Lawson dalam Sri Larasati (2016;6) menyatakan bahwa hotel adalah sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan dengan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan, dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran.

Berdasarkan pengertian para ahli penulis menyimpulkan bahwa hotel merupakan suatu sejenis akomodasi yang menyediakan berupa kamar-kamar didalam 1 (satu) bangunan, yang dapat dilengkapi penyedia makanan, dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran.

2.5.2 Penggolongan Hotel

Menurut (SK Dirjen Pariwisata No. KM 37/PW.304/MPPT-86) hotel diberi golongan bintang 1,2,3,4, dan 5. Penggolongan ini didasarkan atas :

- a. Fisik , terdiri atas besar kecil, dan banyak sedikit jumlah kamar;
 - Hotel kecil adalah hotel yang kurang dari 25 kamar
 - Hotel sedang adalah hotel yang memiliki (25-100 kamar)
 - Hotel besar adalah hotel yang lebih dari 300 kamar

- b. Kualitas, lokasi dan lingkungan hotel;
- c. Fasilitas yang tersedia, macam dan kualitasnya;
- d. Perlengkapan, dilihat macam dan kualitasnya;
- e. Tata letak ruang dan ukurannya;
- f. Perbedaan dari segi manajemen, cara kerja, pelayanan dsb.
 - Hotel bintang 4 dan 5 pelayanan dibuka selama 24 jam.
 - Hotel bintang 1 dan 2 pelayanannya tidak dibuka 24 jam.
 - Hotel bintang 1 dan 2 bentuk usahanya dapat berupa CV, Firma, Koperasi dan PT.
 - Hotel bintang 3,4, dan 5 harus berbentuk PT penginapan kecil digolongkan atas Melati 1, dan Melati 3.

2.5.3 Jenis Hotel

Menurut Buchari Alma (2013;290) menyatakan bahwa jenis hotel adalah sebagai berikut :

1. Residential Hotel, yaitu hotel yang menerima tamu untuk tinggal dalam jangka waktu yang agak lama, tapi tidak untuk menetap. Hotel ini pada dasarnya adalah rumah-rumah berbentuk apartemen dengan kamar yang disewakan secara bulanan atau tahunan. Juga menyediakan fasilitas restoran, dan kebersihan kamar;
2. Transit Hotel ialah yang biasa juga disebut “Commercial Hotel” yaitu hotel yang menyediakan kamar dan makan pagi yang diperuntukkan bagi pengunjung yang sedang mengadakan perjalanan untuk keperluan business dalam waktu relatif pendek. Hotel semacam ini biasanya terdapat dipusat kota atau pada kompleks perdagangan yang ramai, maupun dekat pelabuhan;
3. Resort Hotel, biasanya juga disebut seasonal Hotelm yang menyediakan akomodasi pada musim tertentu. Hotel ini terletak pada daerah-daerah peristirahatan, juga ada ruang sidang;

2.6 Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran dan memperjelas kerangka berfikir dalam pembahasan. Penelitian terdahulu juga bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan maka perlu dilakukan pengkajian dari hasil penelitian terdahulu yang relevan khususnya penelitian-penelitian yang memiliki objek atau kesamaan topik penelitian yaitu mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5
Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Anggita Suci (2017)	Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada Hotel Pangrango 2 Bogor	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan tingkat kinerja kualitas pelayanan Hotel Pangrango 2 Bogor memiliki kinerja yang baik hal ini ditunjukkan oleh jawaban responden sebesar 60% sampai 80% sedangkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui tingkat kesesuaian kinerja pelayanan dan harapan konsumen memiliki nilai rata-rata sebesar 82,87% yang artinya konsumen belum merasa puas akan kinerja kualitas pelayanan. Berdasarkan posisi pada diagram kartesius pada kuadran A terdapat 7 atribut kualitas pelayanan, pada kuadran B terdapat 8 atribut kualitas pelayanan, pada kuadran C terdapat 5 atribut kualitas pelayanan serta pada kuadran D terdapat 2 Atribut kualitas pelayanan.
2.	Eva Setyawati (2017)	Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen pada M-One Hotel	Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas di M-One Hotel & Entertainment termasuk dalam kategori sangat baik dan nilai rata-rata 84,2% sedangkan kepuasan konsumen juga termasuk dalam kategori sangat

		& Entertainment		memuaskan dengan nilai rata-rata 83,80%. Dan terdapat hubungan yang cukup kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dengan nilai r 0,552. Dengan ini nilai signifikansi 0,00 maka hubungan ini positif signifikan.
3	Anggi Ginanjar Permana (2017)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Duta Bogor	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian tingkat kinerja dan harapan terhadap 320 responden penerepan kualitas pelayanan yang diberikan Hotel Duta Bogor sudah baik hal ini dapat dilihat dari jawaban responden berada diatas 75%. Secara keseluruhan rata-rata tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan berada diatas 100% hasilnya yaitu sebesar 100,192% artinya sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen atau dapat dikatakan bahwa kinerja pelayanan pada Hotel Duta Bogor konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya.

2.6.1 Kerangka Pemikiran

Dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, upaya meningkatkan penjualan harus terus dilakukan agar perusahaan tetap mendapatkan laba/keuntungan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menempatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. kualitas pelayanan merupakan komponen yang sangat penting untuk meningkatkan penjualan, dari kualitas pelayanan tersebut perusahaan menginginkan konsumen atau pelanggan merasa puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan rasa kepercayaan

pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan dalam menentukan pelayanan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen serta harus mempunyai strategi pelayanan yang tepat dan cepat agar tidak kalah bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan dikatakan berhasil apabila konsumen merasa puas dengan hasil yang diterimanya sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Pelayanan yang baik harus dapat memenuhi segala aspek yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Kualitas pelayanan menurut Sangadji dan Sopiah (2013;100) merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang ditawarkan maka konsumen akan merasa terpenuhi kebutuhannya sehingga nilai kepuasan konsumen akan jasa tersebut akan semakin positif.

Menurut J Supranto (2011;233) kepuasan konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kepuasan konsumen tercapai maka akan mempengaruhi keputusan pembeliannya selain itu tercapainya nilai kepuasan konsumen juga dapat mengantarkan loyalitas konsumen pasca pembelian serta dapat berguna sebagai sumber informasi yang baik yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen lain ketika mencari informasi mengenai usaha.

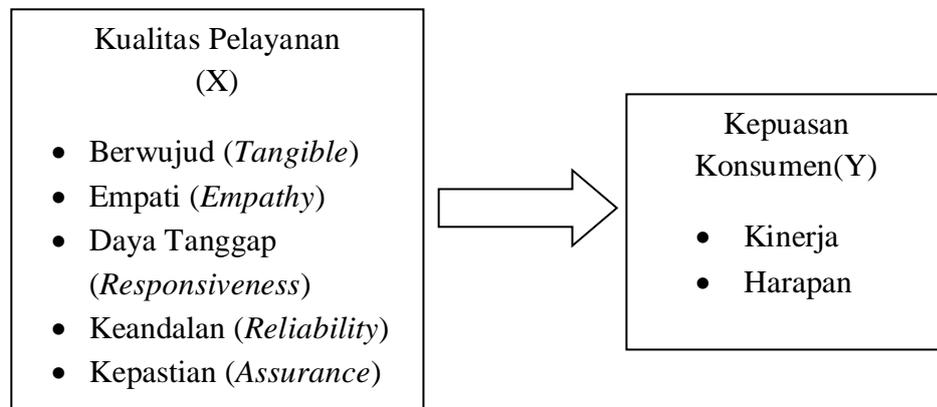
Menurut Irham Fahmi (2011;226) mengatakan bahwa kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat profit oriented dan non oriented yang dihasilkan selama satu periode waktu sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2012;159) menyatakan bahwa harapan konsumen merupakan tingkat kinerja yang dianggap konsumen, seharusnya mereka dapatkan dari produk yang dikonsumsi.

Menurut Kotler dalam buku manajemen pemasaran dan pemasaran jasa oleh Buchari Alma (2013;284) mengungkapkan ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan TERRA yaitu :

- a. Berwujud (*Tangible*);
- b. Empati (*Empathy*);
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*);
- d. Keandalan (*Reliability*);
- e. Kepastian (*Assurance*).

2.6.2 Konstelasi Penelitian

Penulis mencoba membuat konstelasi penelitian seperti pada gambar berikut:



Gambar 3
Konstelasi Penelitian

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah. Hipotesis juga merupakan suatu pernyataan yang masih harus diuji kembali kebenarannya secara empiris. Berdasarkan landasan teori, identifikasi masalah dan kerangka pemikiran yang ada peneliti mengemukakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur kurang baik;
2. Kepuasan konsumen yang menginap di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur kurang puas;
3. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat rekomendasi untuk Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif survei mengenai variabel independen berupa kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen berupa kepuasan konsumen (Y) yang akan diperoleh dari hasil yang akan diberikan kepada konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah variabel yang terdapat dalam tema penelitian yaitu kualitas pelayanan meliputi 5 indikator : Berwujud, empati, daya tanggap, keandalan, dan kepastian, serta kepuasan konsumen meliputi 2 indikator yaitu kinerja dan harapan konsumen pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur.

3.2.2 Unit Analisis

Untuk analisis yang digunakan oleh penulis bersifat *dyads* yaitu peneliti memperoleh data dari perusahaan dan data yang diperoleh dari respon setiap orang atau individu yang dimaksudkan yaitu konsumen yang datang ke Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur.

3.3.3 Lokasi Penelitian

Untuk membahas objek atau variabel yang diteliti, penulis memilih lokasi penelitian di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur yang berada di Jl.Raya Cipanas, Sidanglaya, Cipanas, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia.

3.3 Jenis Dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif yang diperoleh dari hasil survey melalui wawancara dan penyebaran angket (kuisisioner). Data kualitatif juga diperoleh dari hasil observasi, wawancara, atau berupa uraian/penjelasan mengenai variabel yang diteliti.

Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder :

- Sumber data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh penulis melalui hasil kuisisioner kepada para konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur mengenai variabel-variabel yang diteliti.
- Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain. Data sekunder yang digunakan peneliti diperoleh dari

berbagai sumber seperti data perkembangan jumlah pengunjung dari perusahaan, data tingkat penghunian kamar hotel berbintang dan non bintang provinsi Jawa Barat dari Berita Resmi Statistik BPS Provinsi Jawa Barat No.37/07/32/Th.XIX 3 Juli 2017, informasi dari berbagai sumber situs seperti treveloka.com dan pegipegi.com serta literatur dan buku-buku.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam mempermudah proses analisis, maka penulis mengklasifikasikan variabel-variabel penelitian kedalam kelompok dan indikator yang dipakai dalam penelitian ini.

a. Variabel Bebas (Independent)

Variabel Bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur yang dapat dinilai berdasarkan 5 indikator yang menyertainya yaitu Produk Fisik (Tangible), Empati (Emphaty), Daya Tanggap (Responsiveness), Keandalan (Reliability), Kepastian (Assurance) dan diukur dengan skala ordinal menggunakan model skala Likert.

b. Variabel Terikat (Dependent)

Variabel Terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan indikator yang menyertainya yaitu kinerja dan harapan, kemudian diukur dengan skala ordinal dan menggunakan jawaban model skala Likert.

Tabel 6
Operasionalisasi Variabel Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	1. Produk Fisik (Tangibles)	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat parkir yang luas dan memadai • Eksterior dan Interior yang menarik. • Kebersihan dan kenyamanan kamar hotel. • Kondisi gedung dan fasilitas yang baik. 	Ordinal
	2. Empati (Emphaty)	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan tersedia 24 jam. • Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan. • Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik. • Kesanggupan merespon keluhan 	Ordinal

		dan saran.	
	3. Daya Tanggap (Responsiveness)	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen. • Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen. • Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. 	Ordinal
	4. Keandalan (Reliability)	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang cepat dan tepat • Prosedur pelayanan jelas dan mudah • Makanan dan minuman yang ditawarkan enak • Kemudahan ketika memesan kamar hotel 	Ordinal
	5. Jaminan (Assurance)	<ul style="list-style-type: none"> • Keakuratan selama proses pelayanan • Karyawan bersikap jujur • Karyawan bersikap ramah dan sopan • Jaminan rasa nyaman atas jasa • Keamanan barang-barang terjamin 	Ordinal
Kepuasan konsumen (Y)	6. Kinerja	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Kinerja 	Ordinal
	7. Harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Harapan 	

3.5 Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan sample data primer yang berasal dari kuisisioner terhadap konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dimana metode penarikan sample yang digunakan adalah *Sample Random Sampling* terhadap konsumen yang pernah menginap di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur minimal satu kali.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam random sampling dengan jumlah populasi (N) dapat diketahui secara pasti, salah satu caranya adalah dengan menerapkan metode Slovin.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sample

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan yang masih dapat ditolerir dalam penentuan sampel, dengan tingkat kesalahan sebesar 1% sampai dengan 10%

Berdasarkan rumus diatas penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10%, kemudian penulis dalam menentukan populasi dengan cara merata-ratakan jumlah konsumen pada tahun 2016. Maka jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 7
Data Jumlah Konsumen dan Hasil Rata-Rata Konsumen pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur Pada Tahun 2016

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari 2016	2.225
Februari 2016	1.450
Maret 2016	1.350
April 2016	2.400
Mei 2016	1.900
Juni 2016	1.350
Juli 2016	2.814
Agustus 2016	1.400
September 2016	2.525
Oktober 2016	1.650
November 2016	1.800
Desember 2016	3.120
Total	23.984
Rata-rata jumlah konsumen	1998,667

Sumber : Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur Tahun 2016

Rumus Slovin :

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

$$n = \frac{1998,667}{1 + 1998,667 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1998,667}{20,986}$$

$n = 95,235$ dibulatkan menjadi 100 Responden

3.6 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling diatas, maka data yang terpilih dikumpulkan melalui metode :

- Data penelitian primer diperoleh dari obyek penelitian dengan observasi, survey, wawancara, dan hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dan kemudian diolah untuk tujuan penelitian.
- Data penelitian sekunder yaitu data yang telah diolah menjadi tabel, atau gambar yang dapat memberikan informasi bagi pihak lain.
- Skala pengukuran yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Skala Likert untuk memberikan ukuran sikap seseorang tingkat ordinal. Skala Likert merupakan skala yang sering digunakan dalam penelitian survey dengan orang-orang yang menyatakan sikap atau tanggapan lain sehubungan dengan kategori tingkat ordinal. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan seperti tabel berikut ini :

Tabel 8
Skala Likert

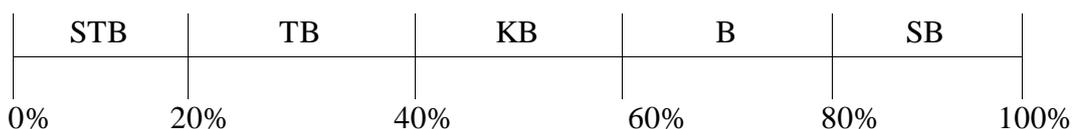
Kriteria	Skor
Sangat Baik (SB)	5
Baik (S)	4
Cukup Baik (CB)	3
TidakBaik (TB)	2
Sangat Tidak Baik (STB)	1

Sumber : Sugiyono (2014;169)

Total dari nilai jawaban setiap butir pernyataan kemudian dibuatkan rentang skala untuk mengetahui total responden. Dengan rumus sebagai berikut:

- Tanggapan Total Responden menggunakan Skala Likert

$$\text{Tanggapan Total Reponden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$



Sumber : Sugiyono (2014;137)

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrumen penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian ini :

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid, terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Setelah itu dilakukan perbandingan antara nilai r hitung dan r tabel.

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Dimana :

n = Jumlah respon

r_{xy} = Koefesien korelasi (r-hitung)

$\sum x$ = Skor variabel kualitas pelayanan

$\sum y$ = Skor varibale kepuasan konsumen

$\sum xy$ = Hasil perkalian kualitas pelayanan dan kepuasan konsume.

Sumber : Sugiyono (2017;228).

Adapun kriteria dalam pengujian validitas sebagai berikut :

Jika r hitung > r tabel maka dapat dikatakan valid.

Jika r hitung < r tabel maka dapat dikatakan tidak valid.

Pertanyaan kusioner digunakan *Analysis Corrected Item-Total Correlation* dengan program bantuan SPSS 23 untuk mencari koefesien korelasi dari *Product Moment pearson* terhadap jawaban 30 responden dengan tingkat signifikan (α) 10% atau 0,1 sehingga nilai r tabel yang digunakan adalah $df/dk = 30/2$ adalah 0,3061. Maka untuk setiap instrumen pertanyaan terhadap kinerja kualitas pelayanan yang diuji akan dinyatakan valid jika memiliki nilai r hitung > r tabel (0,3061).

Tabel 9
 Hasil Uji Validitas
 Kualitas Pelayanan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	67,13	60,189	,547	,906
Item2	67,00	61,724	,582	,906
Item3	67,20	59,131	,657	,904
Item4	67,50	58,603	,707	,902
Item5	67,23	56,806	,732	,901
Item6	67,30	59,872	,478	,909
Item7	67,13	60,533	,513	,907
Item8	67,37	59,275	,629	,904
Item9	67,03	58,447	,590	,905
Item10	67,20	58,786	,692	,903
Item11	66,97	61,068	,595	,906
Item12	67,23	57,702	,697	,902
Item13	67,13	60,878	,587	,906
Item14	67,03	59,757	,598	,905
Item15	67,30	60,976	,414	,910
Item16	66,90	62,369	,406	,909
Item17	66,67	62,920	,511	,908
Item18	67,00	60,000	,533	,907
Item19	66,90	60,162	,541	,907
Item20	66,80	65,821	,055	,915

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2017)

Tabel 10
Hasil Uji Validitas
Kepuasan Konsumen

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	72,23	33,840	,393	,838
Item2	72,33	29,954	,516	,831
Item3	72,50	32,052	,362	,839
Item4	73,10	31,679	,365	,840
Item5	72,00	32,759	,396	,836
Item6	72,30	32,976	,313	,840
Item7	72,60	32,731	,379	,837
Item8	71,80	33,269	,382	,837
Item9	72,83	31,178	,554	,829
Item10	72,07	31,720	,561	,829
Item11	72,20	34,028	,399	,838
Item12	72,37	32,033	,480	,833
Item13	72,13	32,257	,662	,829
Item14	72,47	31,775	,401	,837
Item15	72,37	30,930	,537	,829
Item16	72,10	34,231	,168	,845
Item17	72,37	32,654	,439	,835
Item18	72,00	32,759	,464	,834
Item19	71,93	32,754	,488	,834
Item20	72,20	31,269	,436	,835

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2017)

Tabel 11
Keterangan Hasil Uji Validitas
Kualitas Pelayanan

Indikator	No.Soa	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Keterangan
Tangibel	1	0,547	0,3061	Valid
	2	0,582	0,3061	Valid
	3	0,657	0,3061	Valid
	4	0,707	0,3061	Valid
Empathy	5	0,732	0,3061	Valid
	6	0,478	0,3061	Valid
	7	0,513	0,3061	Valid
	8	0,629	0,3061	Valid
Reliability	9	0,590	0,3061	Valid
	10	0,692	0,3061	Valid
	11	0,595	0,3061	Valid
	12	0,697	0,3061	Valid
Responsiveness	13	0,587	0,3061	Valid
	14	0,598	0,3061	Valid
	15	0,414	0,3061	Valid
Assurance	16	0,406	0,3061	Valid
	17	0,511	0,3061	Valid
	18	0,533	0,3061	Valid
	19	0,541	0,3061	Valid
	20	0,055	0,3061	Tidak Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2017)

Tabel 12
Keterangan Hasil Uji Validitas
Kepuasan Konsumen

Indikator	No.Soa	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	Keterangan
Tangibel	1	0,393	0,3061	Valid
	2	0,516	0,3061	Valid
	3	0,362	0,3061	Valid
	4	0,365	0,3061	Valid
Empathy	5	0,396	0,3061	Valid
	6	0,313	0,3061	Valid
	7	0,379	0,3061	Valid
	8	0,382	0,3061	Valid
Reliability	9	0,554	0,3061	Valid
	10	0,561	0,3061	Valid
	11	0,399	0,3061	Valid
	12	0,480	0,3061	Valid
Responsiveness	13	0,662	0,3061	Valid
	14	0,401	0,3061	Valid
	15	0,537	0,3061	Valid
Assurance	16	0,168	0,3061	Tidak Valid
	17	0,439	0,3061	Valid
	18	0,464	0,3061	Valid
	19	0,488	0,3061	Valid
	20	0,436	0,3061	Valid

Sumber : Data Diolah SPSS 23 (2017)

Melalui tabel hasil uji validitas pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa terdapat 19 butir pertanyaan yang valid dan terdapat 1 pertanyaan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen tidak valid karena nilai rhitung lebih kecil dari rtabel (0,3061).

b. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang realibel, terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shoot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran yang digunakan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach Alpha (α) > 0,60. Rumus untuk menguji reliabilitas adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana :

α = Koefesien korelasi

r = Korelasi antar kuisisioner

k = Jumlah kuisisioner

Tabel 13

Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Data Diolah : SPSS 23 (2017)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,911	20

Data Diolah : SPSS 23 (2017)

Melalui tabel hasil uji reliabilitas pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan kosumen dapat disimpulkan bahwa keduanya dinyatakan reliabel karena Alpha yang didapat lebih besar dari Alpha yang ditentukan $0,911 > 0,60$.

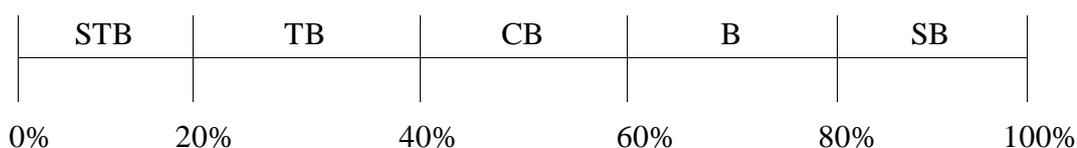
3.7 Metode Analisis

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur, dengan analisis deskriptif menggunakan rumus tanggapan total responden.

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Resoinden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Setelah diketahui tanggapan total responden, maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata indeks variabel bebas dan tidak bebas untuk mengetahui bagaimana keadaan variabelnya.



Sumber : Sugiyono (2014;137)

3.7.2 Metode Importance Performance Analysis (IPA)

- Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan. J Supranto (2011;241) mengemukakan bahwa rumus tingkat kesesuaian dapat digunakan sebagai berikut :

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

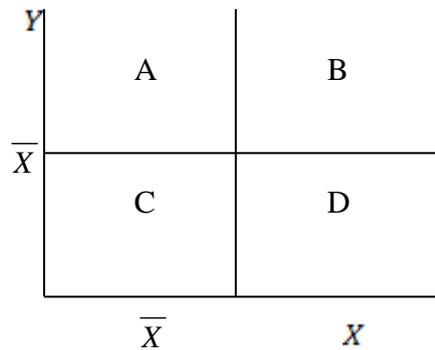
Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

- Diagram Kartesius



Rumus yang digunakan :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K}, \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan :

\bar{X} = Rata-Rata dari rata-rata skor tingkat kualitas pelayanan pelaksanaan seluruh atribut.

\bar{Y} = Rata-Rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh atribut.

K = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan..

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kualitas pelayanan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat tingkat harapan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut digunakan persamaan sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}, \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kualitas pelayanan

\bar{Y} = Skor rata-rata harapan

$\sum X_i$ = Jumlah skor tingkat kualitas pelayanan

$\sum Y_i$ = Jumlah skor tingkat harapan

n = Jumlah Responden.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur merupakan resort hotel yang terletak diantara alam pegunungan dan dataran tinggi dengan udara segar nan sejuk penuh pesona keindahan alam sekitarnya, dikawasan daerah wisata puncak dan dilalui jalur utama Bandung-Jakarta tepatnya di Jln. Raya Sindanglaya Cipanas No. 219, Puncak – Cianjur, berjarak 9 km dari puncak, 31 km dari Bogor, dan 55 km dari Bandara Halim Perdanakusuma.

Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur pertama dibangun pada tahun 1982, dengan PT Bukit Raya Permai sebagai kontraktor sekaligus pengelola Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur. Pada tanggal 6 Desember 1985 hotel Lembah Bukit Raya Cianjur diresmikan oleh Bapak Sugitolay. Kemudian Tahun 1995 Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur mengalami perubahan/renovasi secara total. Dan sejak tahun 1999 Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur ditetapkan menjadi hotel berbintang empat, Hotel ini merupakan hotel yang mempunyai pilihan dengan beragam type bungalow dan hotel yang ditata dan disesuaikan dengan kebutuhan keluarga ataupun untuk kegiatan meeting, family gathering dengan bentuk dan gaya artistik. peningkatan pelayanan didahulukan disamping melengkapi berbagai sarana penunjang yang mendukung peningkatan pelayanan hotel, serta dilengkapi berbagai fasilitas dan Ballroom seperti diantaranya Pembangunan Ruang meeting, Pembangunan tempat parkir untuk tamu-tamu hotel, Pembangunan Restaurant, perbaikan dan penambahan perlengkapan hotel. Untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian para karyawan dalam melayani tamu hotel diadakan kerjasama dengan pihak outsourcing di Bandung.

Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur terletak diatas lahan seluas 9 hektar, Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur pada tahun 2010 mengalami renovasi hotel dan Villa yang siap memanjakan para pengunjung dengan pemandangan indah lembah cipanas, dikolaborasikan dengan arsitektur Bungalow konsep modern minimalis dengan kebun taman indah yang menghadap ke Gunung Gede, dimana hutan lebat melekat pada lereng bukit yang curam diatas diatas sawah. Sehingga bisa menikmati angin pegunungan yang sangat renyah dan udara yang bersih bebas polusi.

4.1.2 Kegiatan Usaha

Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur merupakan hotel yang menyediakan pilihan dengan beragam type bungalow dan hotel yang ditata secara artistik dan disesuaikan dengan kebutuhan keluarga ataupun untuk kegiatan meeting, family gathering dengan bentuk dan gaya artistik, dengan lahan seluas 9 hektar yang

berlokasi dikawasan Puncak-Cianjur Jawa Barat. Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur ini berjarak 9 km dari puncak, 31 km dari Bogor, dan 55 km dari Bandara Halim Perdanakusuma serta dekat dengan tempat rekreasi seperti dan Cipanas Presidential Palace 1.17 km, Little Venice (Kota Bunga) 3.23 km, Cibodas Botanical Gardens 4.20 km, dan Nusantara Flower Garden 4.77 km. Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur Memiliki 268 kamar hotel, 11 Meeting Rooms, 1 Grand Ballroom dengan kapasitas 50 orang hingga 1.000 orang, dan restoran yang siap menampung sekitar 350 orang.

Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki 94 unit Hotel dan Bungalow yang terbagi kedalam beberapa kategori diantaranya :

Tabel 15
Kategori Hotel dan Bungalow

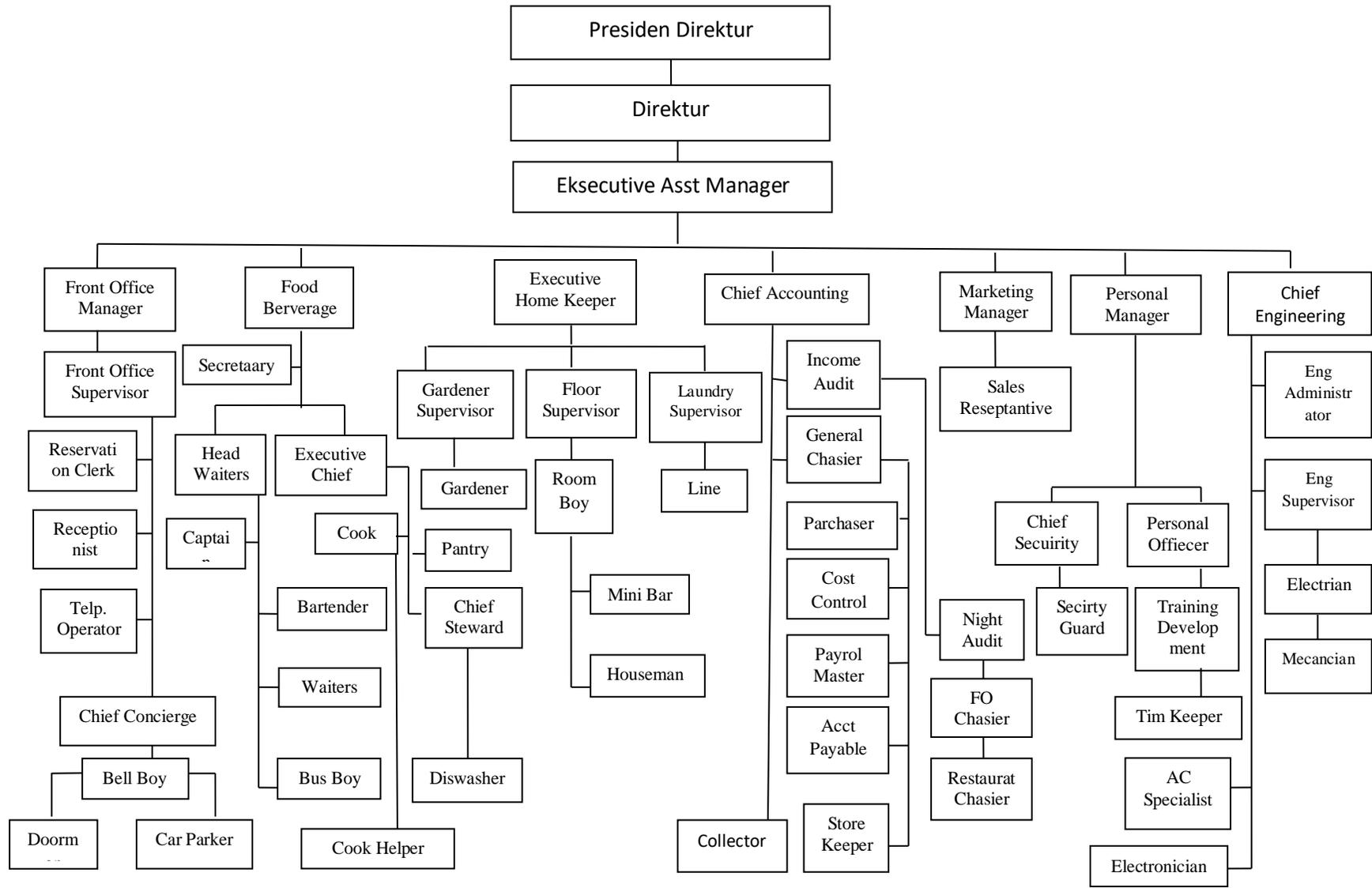
No	Hotel dan Bungalow	unit
1	Bungalow 2 kamar tidur 4 bed	20 Unit
2	Bungalow 3 kamar tidur 6 bed	13 Unit
3	Bungalow 1 kamar tidur 3 bed	7 Unit
4	Bungalow 1 kamar tidur 1 bed besar	6 Unit
5	Bungalow 4 kamar tidur 8 bed	1 Unit
6	Hotel 3 bed	34 Unit
7	Hotel 1 bed besar	13 Unit
Jumlah		94 Unit

Fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur diantaranya adalah Amenities (Hotel Service) : Swimming Pool, Lapangan Futsal Mini, Lapangan Bulu Tangkis, Cerenti Restaurant, Meeting Room/Ballroom (1000 Pax), Play Ground, dan Free Wifi sedangkan Room Amenities mencakup TV LCD, Air Panas, Amenities (Shower Cap, Tooth Brush, Toothpaste, Soap, Slipper), Wifi (Front Office area only), Chanel Lokal dan pelayanan resepsionis 24 jam serta adanya penawaran paket wisata untuk tamu yang menginap di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur.

4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

a. Struktur Organisasi

Dalam sebuah organisasi perusahaan tentu terdiri dari beberapa bagian yang saling berkaitan antara satu sama lain. Keterkaitan tersebut dapat digambarkan melalui sebuah struktur atau bagan yang berfungsi untuk memperoleh gambaran posisi setiap bagian pada organisasi sehingga keterkaitan yang berupa garis perintah, koordinasi, tanggungjawab ataupun pembagian tugas antara setiap bagian dalam organisasi tersebut dapat diketahui dengan jelas. Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki bagan struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 4
Struktur Organisasi Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

b. Uraian Tugas

Berdasarkan struktur organisasi diatas dapat diketahui bahwa jabatan tertinggi di hotel Lembah Bukit Raya Cianjur di jabat oleh Presiden Direktur sekaligus pemilik hotel yang membawahi Direktur sebagai pemegang tanggungjawab atas tujuan perusahaan sekaligus pemimpin perusahaan. Direktur memegang kendali atas segala kebijakan strategis yang menyangkut berjalannya perusahaan serta sebagai berperan dalam segala urusan perusahaan dengan pihak luar. Sementara itu dalam penanganan tugas-tugas manajemen yang telah dirumuskan dan diarahkan oleh Direktur dilaksanakan dan dikomunikasikan oleh *Executive Asst Manager* sebagai pihak yang membantu Direktur dalam kegiatan perusahaan secara langsung dengan membawahi 7 departmen yang masing-masing dipimpin oleh seorang manajer.

Executive Asst Manager membawahi 7 departmen yaitu :

- Departmen *Front Office*
- Departmen *Food and Beverage*
- Departmen *House Keeping*
- Departmen *Accounting*
- Departmen *Marketing*
- Departmen *Personal*
- Departmen *Engineer*

Uraian tugas dan tanggungjawab dari setiap jabatan pada setiap departmen adalah sebagai berikut :

1. *Executive Asst Manager*

Tugas, wewenang dan tanggungjawab *Executive Assistant Manager* adalah :

- Menjalankan perintah yang disampaikan oleh Direktur dan selanjutnya meneruskan kepada *Manager*.
- *Executive Assistant Manager*, bertanggungjawab kepada Direktur
- Menyampaikan laporan yang dibuat oleh para *Manager*.

2. Departmen *Front Office*

Departmen *Front Office* merupakan departmen yang berhubungan dengan konsumen untuk pertama kalinya, departmen ini berperan dalam seluruh proses pelayanan pemesanan kamar termasuk pencatatan dan pelaksanaan administrative lainnya, pelayanan penanganan terhadap barang-barang tamu dari Chek-in hingga Chek-out, pelayanan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen hingga pelayanan penerimaan tamu baik tamu reguler maupun tamu VIP dari mulai memasuki hotel hingga meninggalkan hotel.

Departmen ini dipimpin oleh seorang *Front Office Manager* yang memiliki uraian tugas, wewenang dan tanggungjawab sebagai berikut :

- Mengawasi dan mengevaluasi kinerja dari seluruh staff *front office*
- Mengatur dan merinci serta mengintruksikan uraian tugas kepada seluruh staff *front office*.

- Menangani keluhan dan permasalahan konsumen.
- Bertanggungjawab dan membuat laporan kepada *Executive Manager*.
- Membuat perencanaan budget (anggaran) untuk operasional *Department Front Office* setahun kedepan dan mengontrol setiap pengeluarannya.
- Mengontrol penjualan kamar.

3. Departmen *Food and Beverage*

Tugas dan fungsi departmen *Food and Beverage* adalah sebagai departmen yang bertanggungjawab atas segala sesuatu yang menyangkut sajian termasuk makanan dan minuman yang ada dalam Hotel. Departmen ini dipimpin oleh seorang *Food and Beverage Manager*. Secara garis besar tanggungjawab dan tugas seorang *Food and Beverage Manager* adalah :

- Mengkoordinasi kegiatan dan operasional *Food and Beverage*.
- Bertanggungjawab dan mengawasi semua kegiatan *Food and Beverage*.
- Mengangi masalah yang tidak bisa diatasi oleh bawahan.
- Menyusun rencana kerja dan melatih bawahan.
- Membuat laporan kepada *Executive Ass Manager*.

4. Departmen *Housekeeping*

Departmen *Housekeeping* merupakan departmen yang bertugas dalam menjaga kenyamanan dan kebersihan hotel. Untuk itu departmen ini bertanggungjawab pada proses kebersihan, pergantian hingga pengayaan segala sesuatu yang termasuk peralatan dan perlengkapan Hotel serta setiap ruangan yang ada didalamnya. Departmen *Housekeeping* dipimpin oleh seorang *Executive Housekeeper* yang secara garis besar memiliki tugas, wewenang dan tanggungjawab sebagai berikut :

- Mengkoordinir semua *section* yang ada didalam organisasi *housekeeping* departmen.
- Membuat *planning strategy* pergantian atau penggantian, menambahkan asset untuk seluruh *section* sesuai dengan biaya yang ditentukan.
- Membuat serta mengajukan ilustrasi biaya.
- Melakukan kontrol didalam sisi *managing cost*.
- Menjaga kualitas perlengkapan dan kebutuhan hotel.

5. Departmen *Accounting*

Departmen ini dipimpin oleh seorang *Chief Accounting* yang bertanggungjawab untuk mengendalikan kegiatan operasional keuangan Hotel, diantaranya :

- Membuat laporan keuangan hotel.
- Bertanggungjawab atas seluruh transaksi keuangan hotel termasuk pembukuan.
- Mengesahkan laporan keuangan untuk disetujui oleh General Manager selanjutnya General Manager menyerahkan kepada Direktur.
- Menyetujui pemasukan dan pengeluaran uang dari setiap departmen.

6. Departmen *Marketing*

Departmen *Marketing* dipimpin oleh seorang *marketing manager* yang bertanggungjawab untuk mendapatkan pencapaian yang tinggi dalam keseluruhan proses *sales marketing* serta mengembangkan dan mempertahankan hubungan bisnis yang baik dengan klien maupun antar departmen. Departmen ini bertanggungjawab atas segala kegiatan yang dilakukan hotel dengan tujuan untuk meningkatkan tingkat hunian hotel.

7. Departmen Personalia

Departmen Personalia merupakan departemen yang berkaitan dengan sumberdaya manusia yang ada di hotel seperti persiapan dalam perencanaan tenaga kerja setiap departmen sesuai dengan kebutuhannya serta rekrutmen tenaga kerja hingga pengembangan dan evaluasi karyawan, memberikan kompensasi dan proteksi diri pada karyawan.

Departmen ini dipimpin oleh seorang manajer personalia yang memiliki tugas tanggungjawab sebagai berikut :

- Merencanakan, mengembangkan dan mengimplementasikan strategi di bidang pengelolaan dan pengembangan SDM.
- Memonitor, mengukur dan melaporkan tentang permasalahan, peluang, rencana pengembangan yang berhubungan dengan SDM.
- Mengatur dan mengembangkan staf langsung.
- Mengelola dan mengendalikan pembelanjaan SDM per departmen sesuai sesuai anggaran-anggaran yang disetujui.
- Berperan untuk evaluasi dan pengembangan strategi pengelolaan SDM dan kinerja dalam pengimplementasian strategi tersebut.

8. Departmen *Engineer*

Departmen *Engineer* merupakan sebuah departmen di hotel yang bertanggungjawab untuk hal-hal yang menyangkut aspek-aspek teknis dari hotel yang berkaitan erat dengan kelancaran, pelayanan, dan kepuasan tamu hotel. Departmen ini bertugas untuk mengelola, memelihara, dan memperbaiki fasilitas-fasilitas hotel.

Departmen ini dipimpin oleh seorang *Chief Engineer* yang memiliki tugas, wewenang dan tanggungjawab sebagai berikut :

- Bertanggungjawab mengatur *Engineering* departmen.
- Bertanggungjawab terhadap operasional, *Repair, Maintenance*, serta perencanaan pemasangan peralatan pendukung operasional hotel.
- Bertanggungjawab terhadap peralatan yang digunakan yang berhubungan dengan teknik.
- Bertanggungjawab terhadap penyaluran tenaga listrik yang cukup keseluruhan bagian hotel.
- Bertanggungjawab terhadap pemeliharaan dan perbaikan bangunan, furnitur, dan perabot hotel.

- Bertanggungjawab terhadap *suplay* air bersih, saluran-saluran pembuangan serta sistem pemompaannya.
- Bertanggungjawab atas penyusunan *budget* tahunan serta pengendaliannya didalam operasional.
- Membuat laporan secara periodik kepada *Executive Ass Manager*.

4.1.4 Profil Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur yang dikategorikan kedalam 6 kriteria yaitu : Usia responden, Pekerjaan responden, Pendapatan responden, Tujuan dan lama menginap responden. Berdasarkan kategori dalam angket kuisisioner dapat diketahui informasi mengenai responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

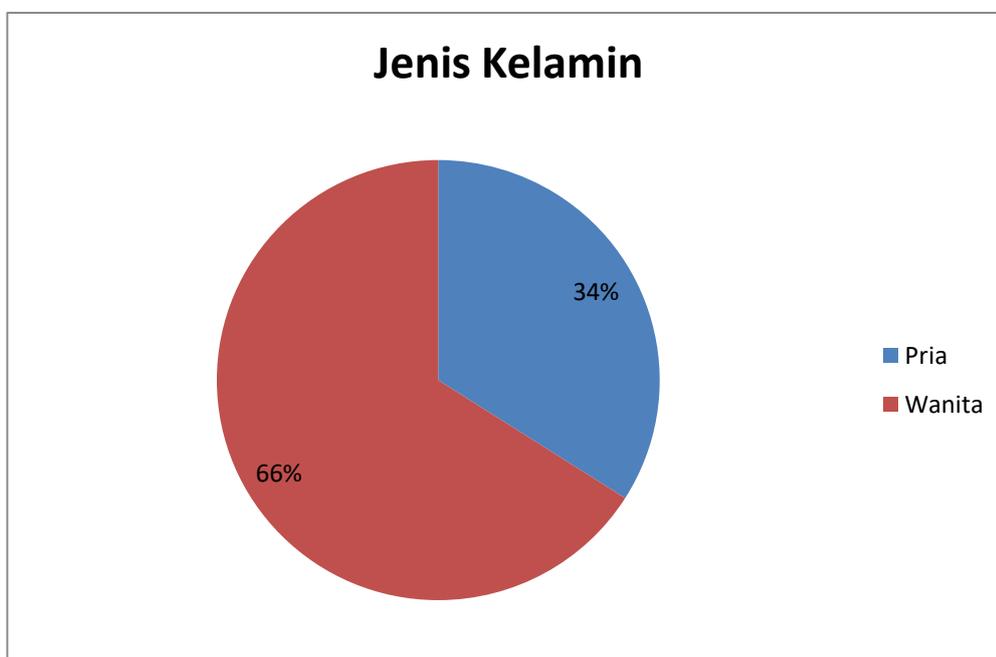
1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Informasi mengenai jenis kelamin responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut :

Tabel 16
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1	Pria	34	34
2	Wanita	66	66
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2018)



Gambar 5
Jenis Kelamin

Berdasarkan data diatas, dari 100 orang Responden yang diteliti sebanyak 34% merupakan responden berjenis kelamin Pria sedangkan sisanya sebanyak 66% merupakan jenis responden berjenis kelamin wanita. Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pengunjung berjenis kelamin wanita.

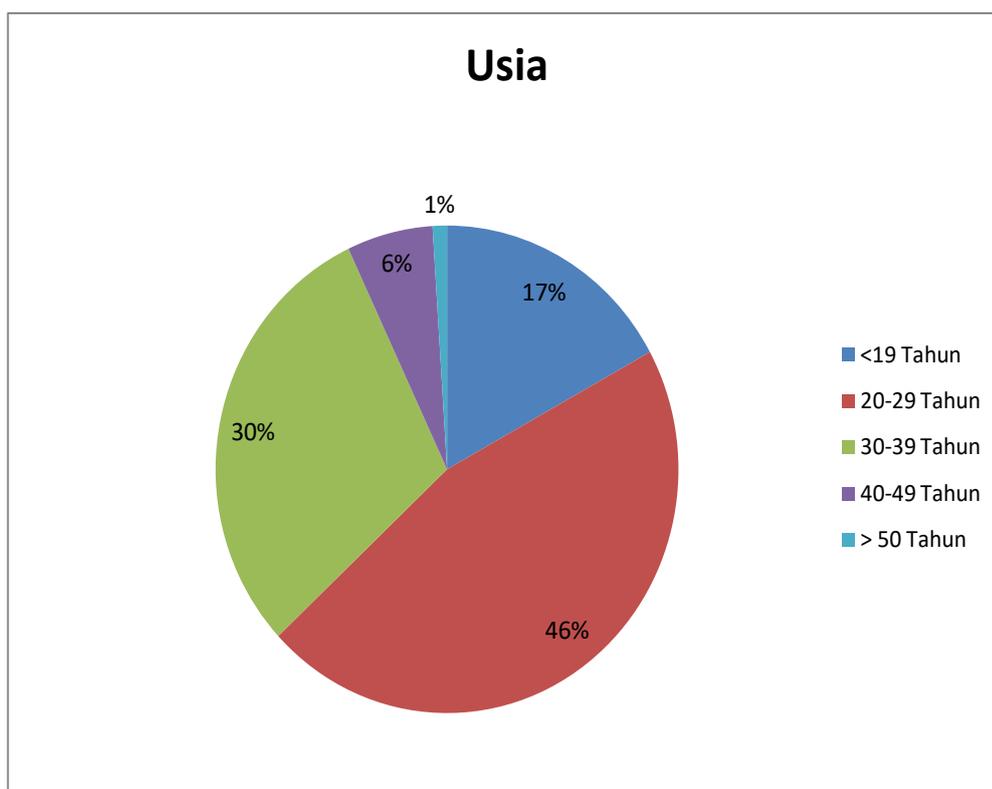
2. Usia Responden

Informasi mengenai usia responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut :

Tabel 17
Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	<19 Tahun	17	17
2	20-29 Tahun	46	46
3	30-39 Tahun	30	30
4	40-49 Tahun	6	6
5	> 50 Tahun	1	1
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2018)



Gambar 6
Usia

Berdasarkan data diatas, dari 100 orang reponden yang diteliti 17% diantaranya merupakan responden dengan usia <19 tahun, responden dengan usia 20-29 tahun memiliki persentase sebanyak 46%, responden dengan usia 30-39 tahun memiliki persentase sebanyak 30%, responden dengan usia 40-49 tahun sebanyak 6% dan responden dengan usia >50 tahun sebanyak 1% maka dapat disimpulkan bahwa usia responden pada penelitian ini rata-rata merupakan pengunjung dengan usia 20-29 tahun.

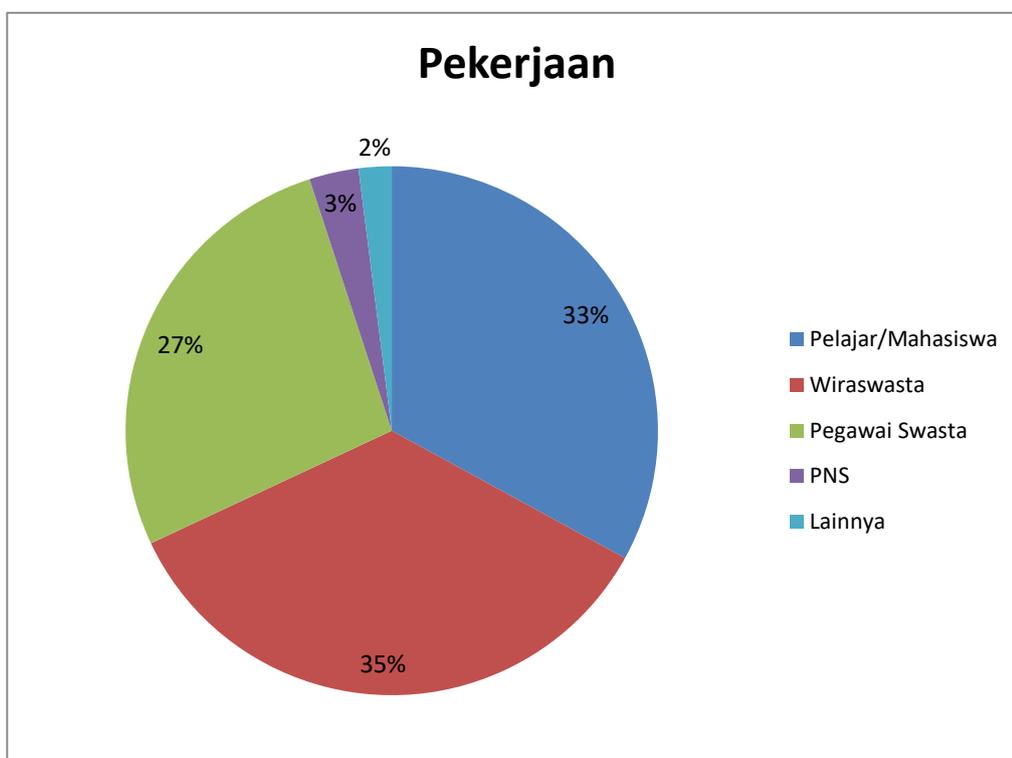
3. Pekerjaan Responden

Informasi mengenai pekerjaan responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut:

Tabel 18
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	33	33
2	Wiraswasta	35	35
3	Pegawai Swasta	27	27
4	PNS	3	3
5	Lainnya	2	2
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2018)



Gambar 7
Pekerjaan

Berdasarkan data diatas, dari 100 orang responden yang diteliti 33% diantaranya merupakan dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, 35% responden merupakan wiraswasta, 27% responden merupakan Pegawai Swasta, 3% responden merupakan Pegawai Negeri Sipil dan 2% merupakan lainnya yang merupakan ibu rumah tangga. Maka dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak pada penelitian ini adalah responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta dengan presentasi sebanyak 35%.

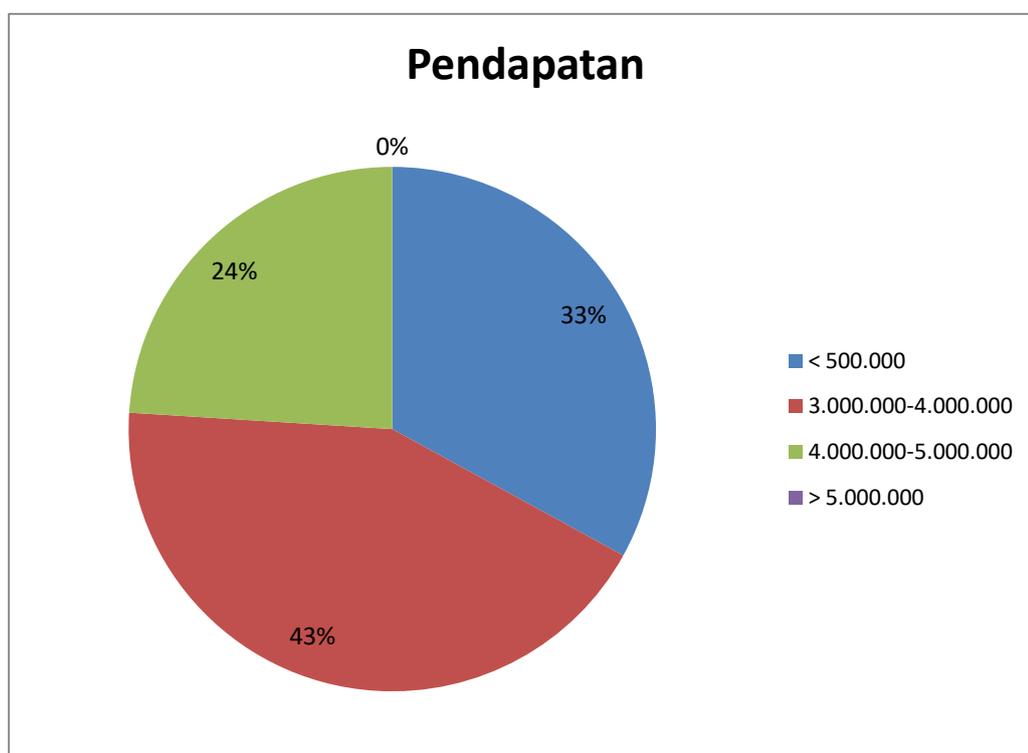
4. Pendapatan

Informasi mengenai Pendapatan responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut:

Tabel 19
Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase
1	< 500.000	33	33
2	3.000.000-4.000.000	43	43
3	4.000.000-5.000.000	24	24
4	> 5.000.000	0	0
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2018)



Gambar 8
Pendapatan

Berdasarkan data diatas, Tingkat pendapatan responden pada angka <Rp500.000 adalah sebanyak 33%, Tingkat pendapatan responden pada angka Rp 3.000.000–Rp 4.000.000 adalah sebanyak 43%, Tingkat pendapatan responden pada angka Rp 4.000.000-Rp 5.000.000 adalah sebanyak 24%. Sedangkan untuk tingkat responden pada angka >5.000.000 adalah sebanyak 0%. Maka dapat disimpulkan rata-rata tingkat pendapatan responden adalah Rp3.000.000 – Rp4.000.000 dengan persentase sebesar 43%.

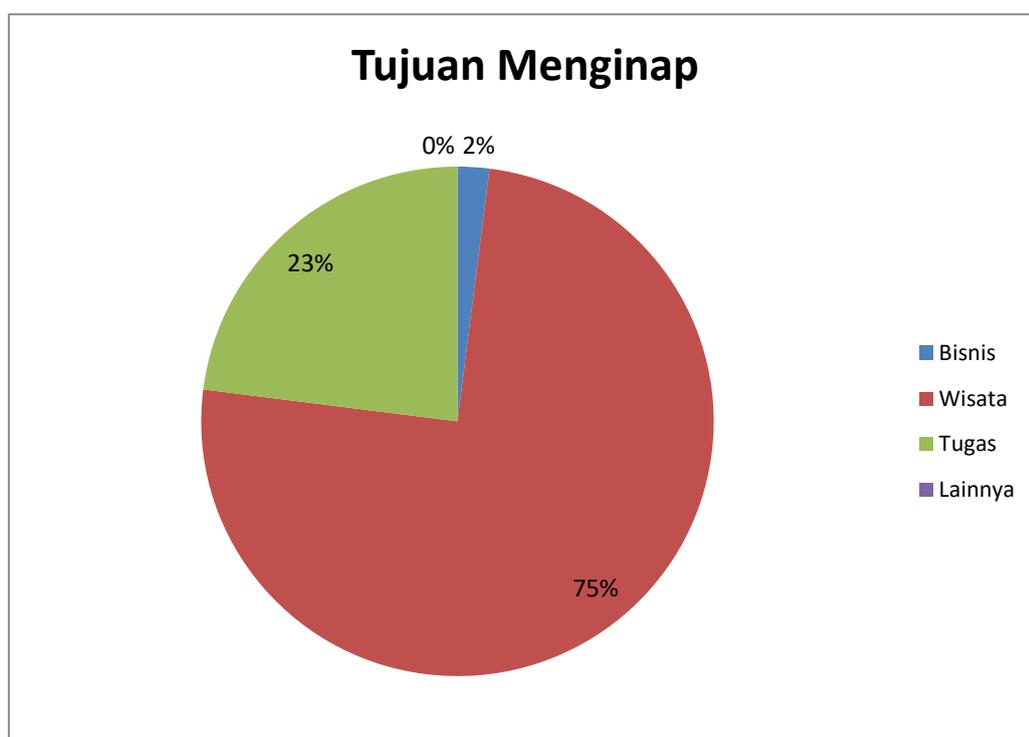
5. Tujuan Responden

Informasi mengenai tujuan menginap responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut:

Tabel 20
Profil Responden Tujuan Menginap

No	Tujuan	Jumlah Responden	Persentase
1	Bisnis	2	1
2	Wisata	75	75
3	Tugas	23	23
4	Lainnya	0	0
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2018)



Gambar 9
Tujuan Responden

Berdasarkan data diatas, tujuan responden menginap di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur untuk bisnis adalah sebanyak 2%, responden dengan tujuan wisata memiliki persentase sebanyak 75%., responden dengan tujuan tugas memiliki persentase sebanyak 23%, responden dengan tujuan lainnya sebanyak 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden yang menginap di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur adalah untuk tujuan wisata sebanyak 75%.

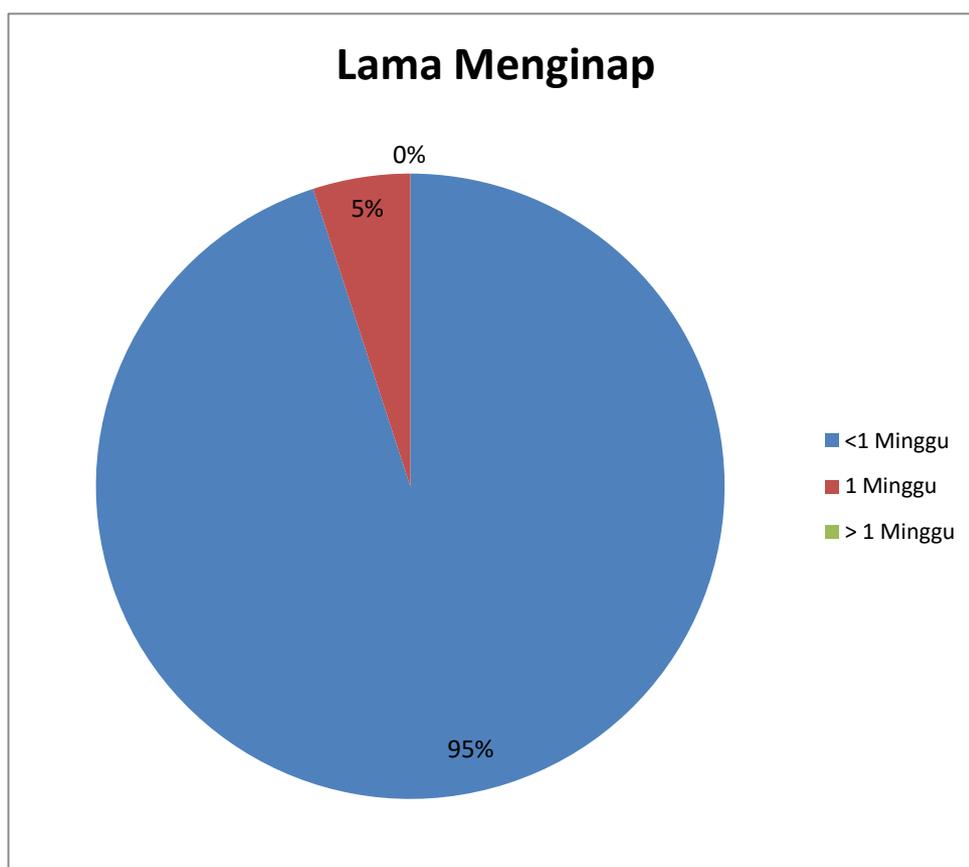
6. Lama Menginap

Informasi mengenai lama menginap responden dapat ditunjukkan pada data sebagai berikut :

Tabel 21
Profil Responden Berdasarkan Lama Menginap

No	Tujuan	Jumlah Responden	Persentase
1	<1 Minggu	95	95
2	1 Minggu	5	5
3	> 1 Minggu	0	0
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2018)



Gambar 10
Lama Menginap

Berdasarkan data diatas, lama responden menginap di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur selama < 1 minggu adalah sebanyak 95%, responden dengan lama menginap 1 minggu memiliki persentase sebanyak 5%, responden dengan lama menginap > 1 minggu memiliki persentase sebanyak 0%, Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata lama menginap responden di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur adalah < 1 minggu sebanyak 95%.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Kualitas Pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

Sebagai usaha dalam bidang jasa, kualitas pelayanan merupakan suatu faktor penting dalam menentukan kelangsungan dan keberhasilan usaha. Pelayanan digambarkan sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk itu Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur selalu mengedepankan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik dari mulai *check-in* hingga *check-out* dan selalu menekankan nilai perusahaan untuk selalu merajakan tamu. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur digunakan penilaian terhadap indikator kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance dengan kategori penilaian sebagai berikut : Sangat Baik, Baik, Cukup Baik, Kurang Baik, dan Tidak Baik. Adapun tingkat kinerja Kualitas Pelayanan dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Resoinden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Pelaksanaan dalam penerapan kinerja pelayanan pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur adalah sebagai berikut :

A. Produk Fisik (Tangibles)

Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur selalu berusaha memenuhi kebutuhan atas pelayanan kepada para konsumen termasuk dengan menyediakan berbagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat, lancar, dan sebagainya. Atribut yang termasuk kedalam indikator produk fisik (Tangible) adalah sebagai berikut :

1. Tempat parkir yang luas dan memadai

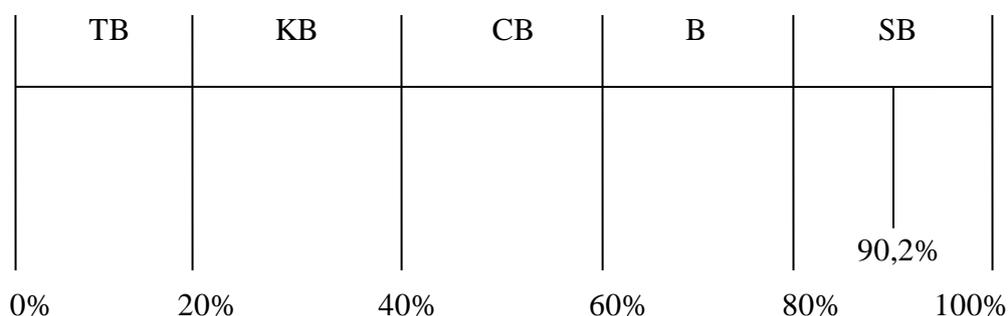
Tabel 22

Kinerja Tempat parkir yang luas dan memadai

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	53	5	265
Baik	45	4	180
Cukup Baik	2	3	6
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		451

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{451}{5 (100)} \times 100\% = 90,2\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Tempat parkir yang luas dan memadai terhadap 100 Responden yaitu sebesar 90,2% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Tempat parkir yang luas dan memadai di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

2. Eksterior dan Interior yang menarik

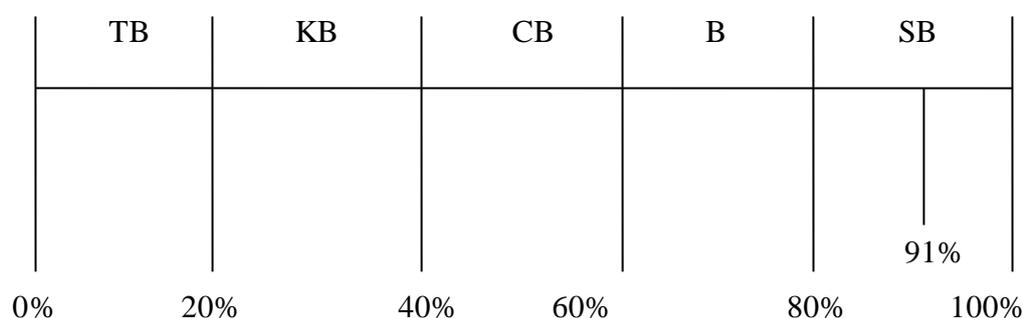
Tabel 23

Kinerja Eksterior dan Interior yang menarik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	57	5	285
Baik	41	4	164
Cukup Baik	2	3	6
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		455

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{455}{5 (100)} \times 100\% = 91\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Eksterior dan Interior yang menarik terhadap 100 Responden yaitu sebesar 91% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Eksterior dan Interior yang menarik di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

3. Kebersihan dan kenyamanan kamar hotel

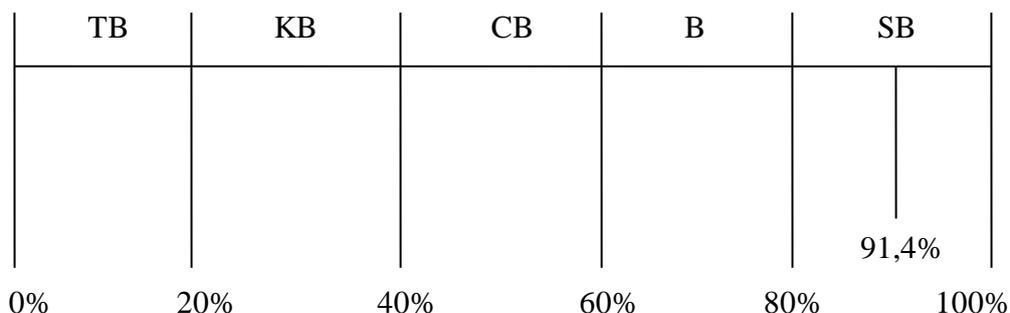
Tabel 24

Kinerja Kebersihan dan kenyamanan kamar hotel

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	65	5	325
Baik	27	4	108
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		457

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{457}{5 (100)} \times 100\% = 91,4\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Kebersihan dan kenyamanan kamar Hotel terhadap 100 Responden yaitu sebesar 91,4% penilaian konsumen terhadap Kebersihan dan kenyamanan kamar Hotel di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

4. Kondisi gedung dan fasilitas yang baik

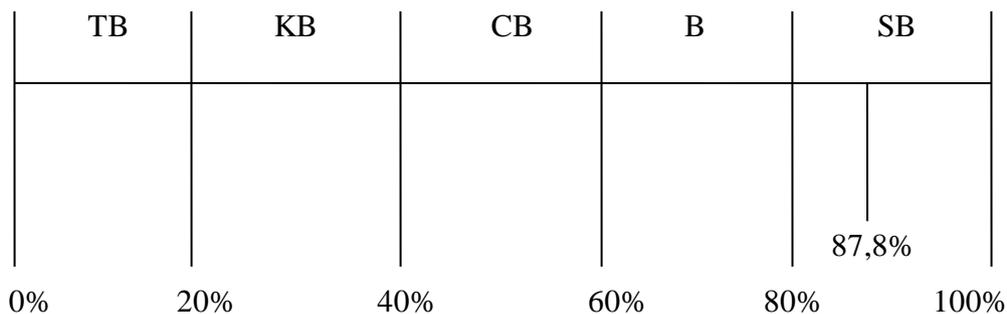
Tabel 25

Kinerja gedung dan fasilitas yang baik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	46	5	230
Baik	47	4	188
Cukup Baik	7	3	21
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		439

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{439}{5 (100)} \times 100\% = 87,8\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja gedung dan fasilitas yang baik terhadap 100 Responden yaitu sebesar 87,8% penilaian konsumen terhadap gedung dan fasilitas yang baik di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

B. Empati (Emphaty)

Empati (Emphaty) merupakan kesediaan karyawan dan pengusaha Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Atribut yang termasuk kedalam indikator jaminan adalah sebagai berikut :

1. Pelayanan tersedia 24 Jam

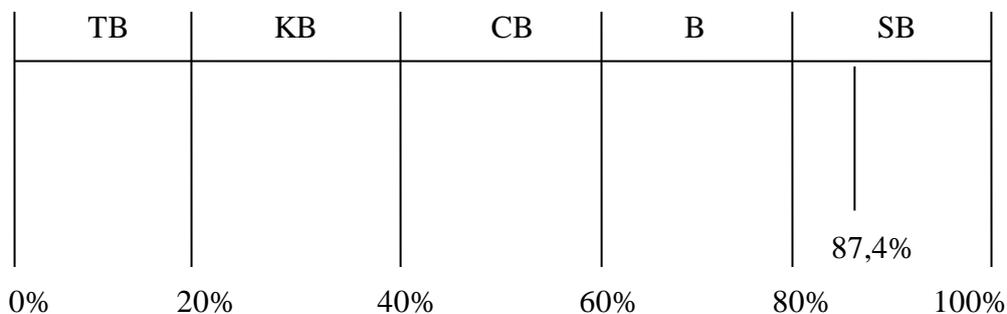
Tabel 26

Kinerja Pelayanan tersedia 24 Jam

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	43	5	215
Baik	51	4	204
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		437

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$Total\ Tanggapan\ Responden = \frac{437}{5(100)} \times 100\% = 87,4\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Pelayanan tersedia 24 Jam terhadap 100 Responden yaitu sebesar 87,4% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Pelayanan tersedia 24 Jam di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

2. Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan.

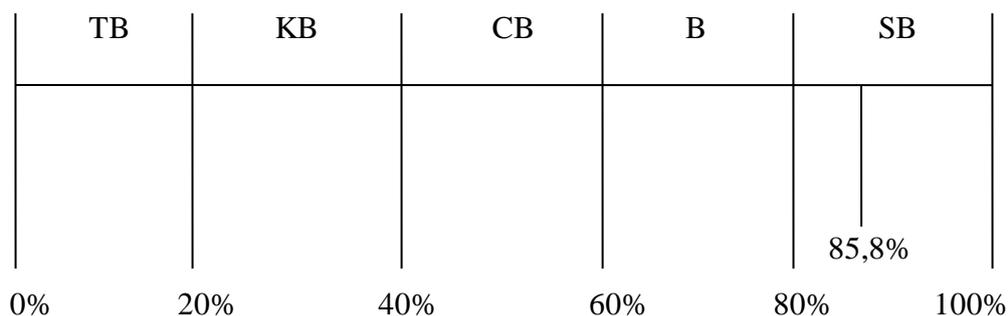
Tabel 27

Kinerja karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	37	5	185
Baik	55	4	220
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		429

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{429}{5 (100)} \times 100\% = 85,8\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan terhadap 100 Responden yaitu sebesar 85,8% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

3. Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik

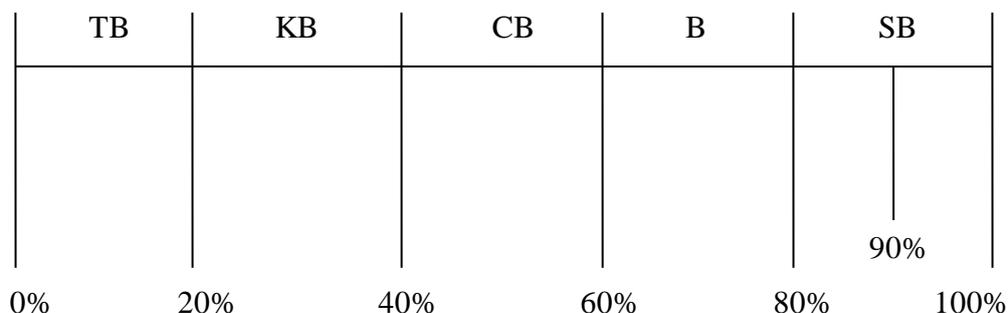
Tabel 28

Kinerja karyawan mampu berkomunikasi dengan baik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	54	5	270
Baik	42	4	168
Cukup Baik	4	3	12
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		450

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{450}{5 (100)} \times 100\% = 90\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik terhadap 100 Responden yaitu sebesar 90% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

4. Kesanggupan merespon keluhan dan saran

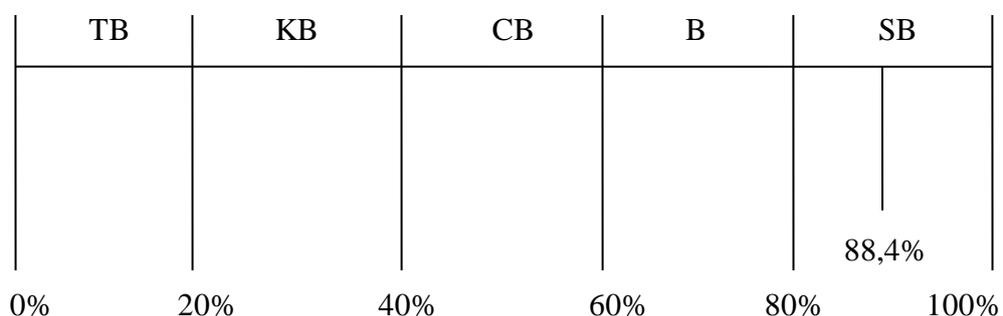
Tabel 29

Kinerja Kesanggupan merespon keluhan dan saran

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	50	5	250
Baik	42	4	168
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		442

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{442}{5 (100)} \times 100\% = 88,4\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Kemampuan merespon keluhan dan saran terhadap 100 Responden yaitu sebesar 88,4% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Kemampuan merespon keluhan dan saran di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

C. Daya Tanggap (Responsiveness)

Daya Tanggap (Responsiveness) merupakan kemauan dari karyawan dan pengusaha Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan / complaint dari konsumen. Atribut untuk menilai daya tanggap adalah sebagai berikut :

1. Karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen

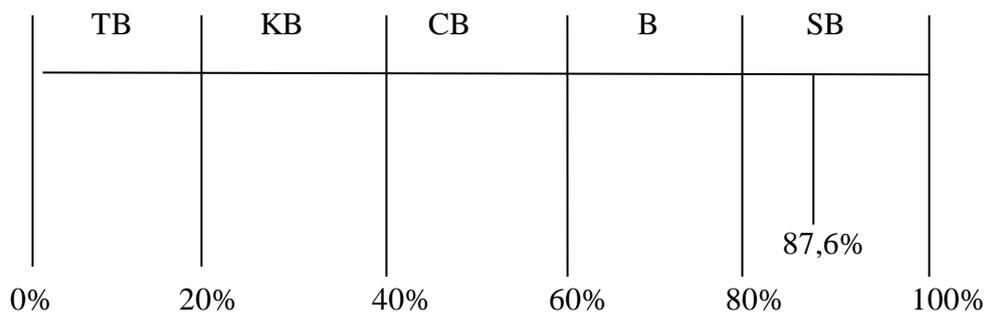
Tabel 30

Kinerja karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	46	5	230
Baik	46	4	184
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		438

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{438}{5 (100)} \times 100\% = 87,6\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen terhadap 100 Responden yaitu sebesar 87,6% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

2. Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen

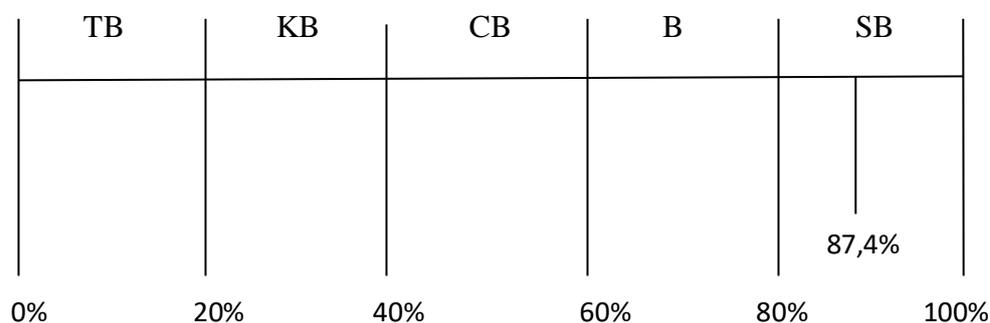
Tabel 31

Kinerja Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	45	5	225
Baik	47	4	188
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		437

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{437}{5 (100)} \times 100\% = 87,4\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen terhadap 100 Responden yaitu sebesar 87,4% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

3. Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen

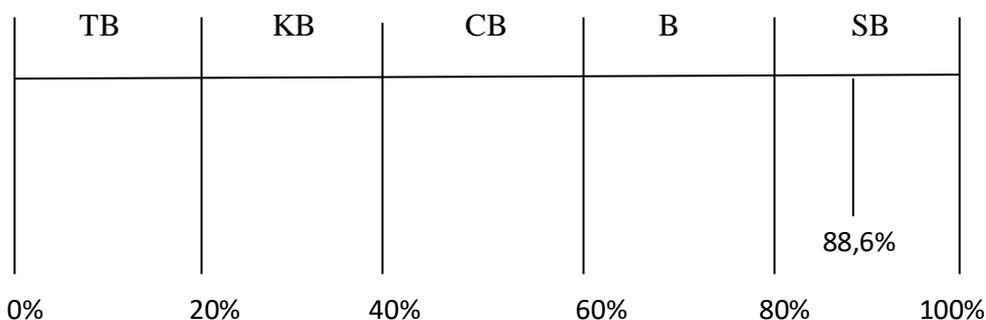
Tabel 32

Kinerja Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	49	5	245
Baik	45	4	180
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		443

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{443}{5 (100)} \times 100\% = 88,6\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada Kinerja Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap 100 Responden yaitu sebesar 88,6% penilaian konsumen terhadap tingkat Kinerja Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

D. Keandalan (Reliability)

Keandalan dinilai berdasarkan kemampuan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dalam memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten. Atribut untuk menilai keandalan terdiri atas :

1. Pelayanan yang cepat dan tepat

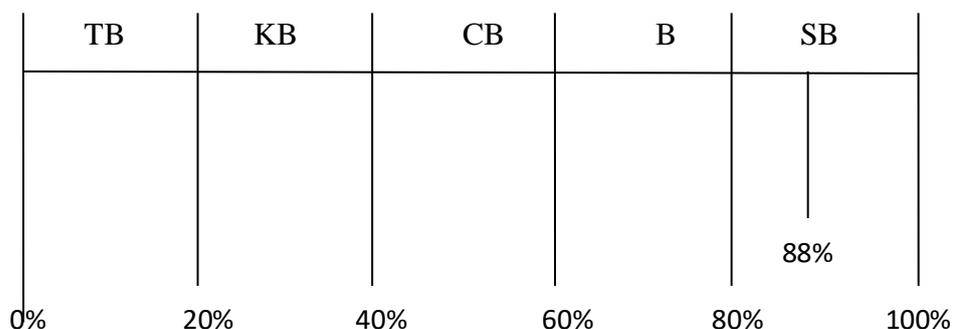
Tabel 33

Kinerja Pelayanan yang Cepat dan Tepat

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	46	5	230
Baik	48	4	192
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		440

Sumber : Data Kuisisioner Diolah (2018)

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{440}{5 (100)} \times 100\% = 88\%$$



Dari hasil perhitungan data diatas didapatkan hasil penilaian pada kinerja pelayanan yang cepat dan tepat terhadap 100 Responden yang berpartisipasi sebesar 88% artinya penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja pelayanan yang cepat dan tepat di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

2. Prosedur pelayanan jelas dan mudah

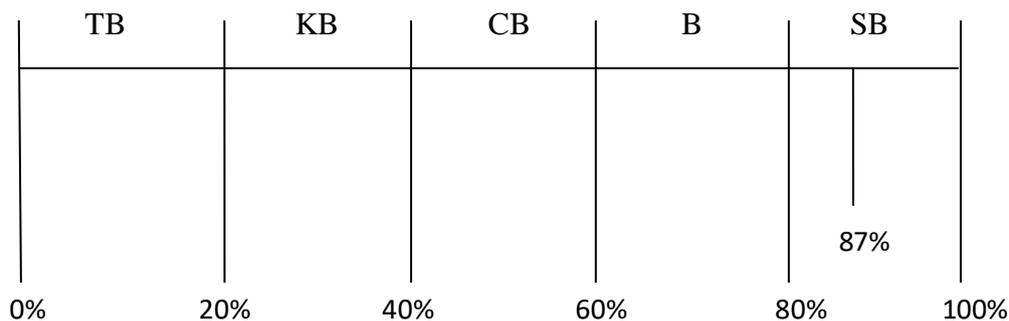
Tabel 34

Kinerja Prosedur Pelayanan Jelas dan Mudah

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	41	5	205
Baik	53	4	212
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		435

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{435}{5 (100)} \times 100\% = 87\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja prosedur pelayanan jelas dan mudah terhadap 100 Responden yaitu sebesar 87% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja prosedur pelayanan yang jelas dan mudah di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

3. Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak

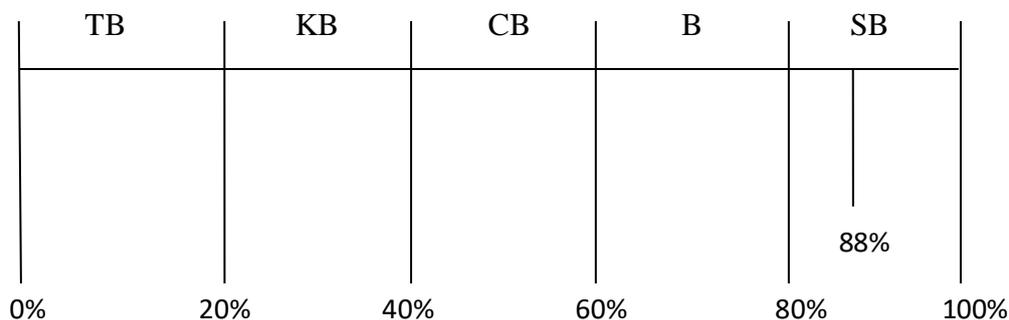
Tabel 35

Kinerja Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	43	5	215
Baik	54	4	216
Cukup Baik	3	3	9
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		440

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{440}{5 (100)} \times 100\% = 88\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak terhadap 100 Responden yaitu sebesar 88% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

4. Kemudahan ketika memesan kamar hotel

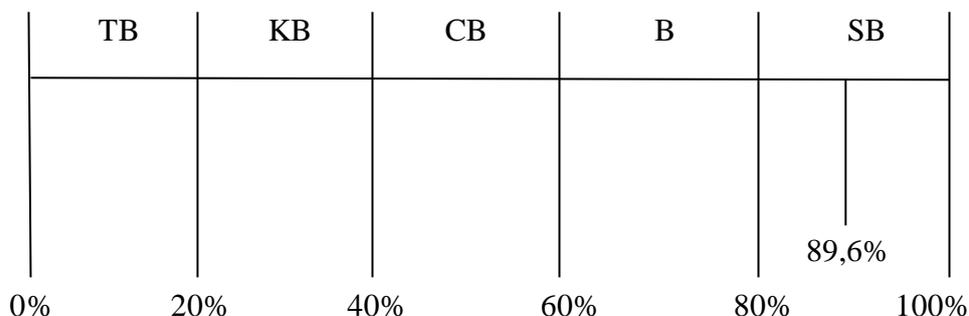
Tabel 36

Kinerja Kemudahan ketika memesan kamar hotel

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	53	5	265
Baik	42	4	168
Cukup Baik	5	3	15
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		448

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{448}{5 (100)} \times 100\% = 89,6\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja kemudahan ketika memesan kamar hotel terhadap 100 Responden yaitu sebesar 89,6% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja kemudahan ketika memesan kamar di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

E. Jaminan (Assurance)

Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur selalu memberikan jaminan atas pelayanannya berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Atribut yang termasuk kedalam indikator jaminan adalah sebagai berikut :

1. Karyawan bersikap jujur

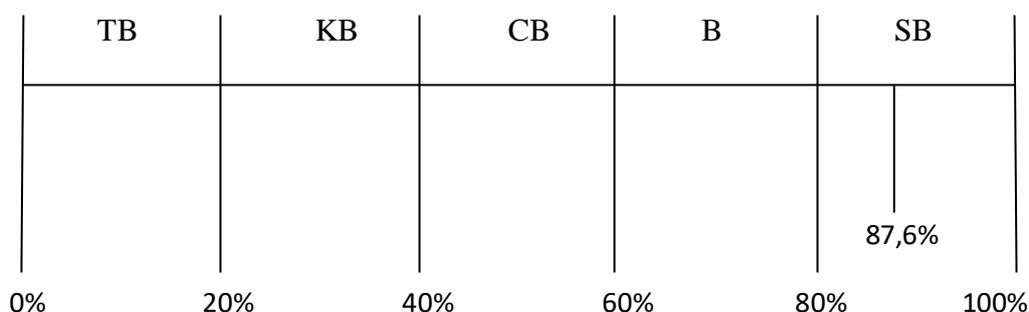
Tabel 37

Kinerja Karyawan bersikap jujur

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	42	5	210
Baik	54	4	216
Cukup Baik	4	3	12
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		438

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{438}{5 (100)} \times 100\% = 87,6\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Karyawan bersikap jujur dipahami terhadap 100 Responden yaitu sebesar 87,6% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Karyawan bersikap jujur di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

2. Karyawan bersikap ramah dan sopan

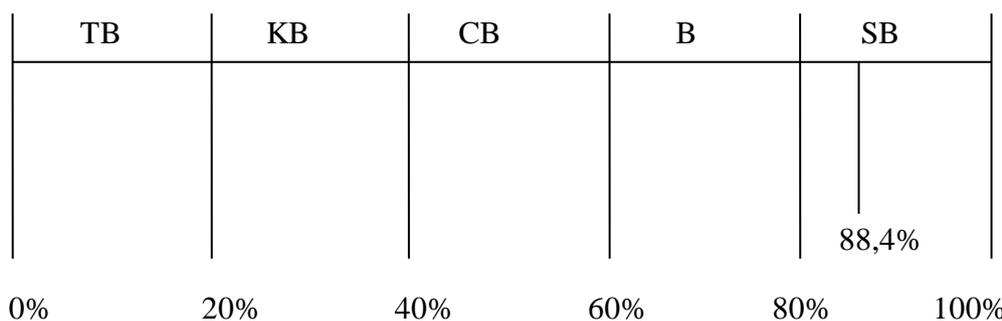
Tabel 38

Kinerja Karyawan bersikap ramah dan sopan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	48	5	240
Baik	46	4	184
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		442

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{442}{5 (100)} \times 100\% = 88,4\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Karyawan bersikap ramah dan sopan terhadap 100 Responden yaitu sebesar 88,4% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Karyawan bersikap ramah dan sopan di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

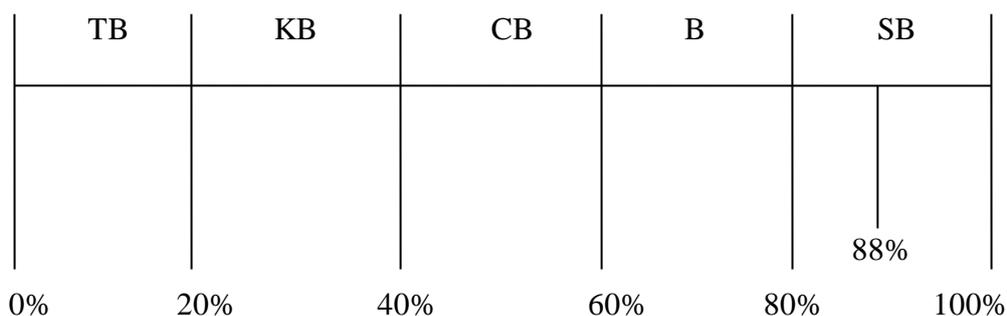
3. Jaminan rasa nyaman atas jasa

Tabel 39
Kinerja Jaminan rasa nyaman atas jasa

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	42	5	210
Baik	56	4	224
Cukup Baik	2	3	6
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		440

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{440}{5 (100)} \times 100\% = 88\%$$



Dari perhitungan di atas didapatkan hasil penilaian pada kinerja Karyawan Jaminan rasa nyaman atas jasa terhadap 100 Responden yaitu sebesar 88% penilaian konsumen terhadap tingkat kinerja Karyawan Jaminan rasa nyaman atas jasa di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur memiliki penilaian yang **Sangat Baik**.

4.2.2 Kepuasan Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sangat mengutamakan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang ditawarkan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dilakukan penilaian dengan membandingkan nilai kinerja kualitas pelayanan dan nilai harapan yang dimiliki konsumen atas pelayanan yang diterima. Ukuran tingkat harapan konsumen dikategorikan menggunakan skala penilaian Likert yaitu sebagai berikut :

Sangat Penting	5
Penting	4
Cukup Penting	3
Kurang Penting	2
Tidak Penting	1

Sedangkan ukuran tingkat kualitas pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dikategorikan menggunakan skala penilaian Likert yaitu sebagai berikut :

Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Tidak Baik	1

Kepuasan didapat bila nilai kinerja lebih besar dari nilai harapan sehingga dapat dibuat kriteria sebagai berikut :

$Tki < 100\%$	Tidak Memuaskan
$Tki > 100\%$	Memuaskan

Penilaian terhadap nilai kinerja kualitas pelayanan dan nilai harapan konsumen akan kualitas pelayanan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dapat dilihat sebagai berikut :

A. Produk Fisik

1. Tempat parkir yang luas dan memadai

Tabel 40

Tingkat Kinerja pada Atribut Tempat parkir yang luas dan memadai

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Baik	53	5	265
Baik	45	4	180
Cukup Baik	2	3	6
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		451

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut tempat parkir yang luas dan memadai memiliki nilai/bobot sebesar 451 dengan rata-rata sebesar 4,51.

Tabel 41

Tingkat Harapan pada Atribut Tempat parkir yang luas dan memadai

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	50	5	250
Penting	47	4	188
Cukup Penting	3	3	9
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		447
Rata-Rata		4,47	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut Tempat parkir yang luas dan memadai memiliki nilai/bobot sebesar 447 dengan rata-rata sebesar 4,47.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{451}{447} \times 100\% = 100,89\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Tempat parkir yang luas dan memadai adalah sebesar 100,89% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pada atribut tempat parkir yang luas dan memadai.

2. Eksterior dan Interior yang menarik

Tabel 42

Tingkat Kinerja pada Atribut Eksterior dan Interior yang menarik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	57	5	285
Baik	41	4	164
Cukup Baik	2	3	6
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		455

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut Eksterior dan Interior yang menarik memiliki nilai/bobot sebesar 455 dengan rata-rata sebesar 4,55.

Tabel 43

Tingkat Harapan pada Atribut Eksterior dan Interior yang menarik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	50	5	250
Penting	47	4	188
Cukup Penting	3	3	9
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		447
Rata-Rata		4,47	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut Eksterior dan Interior yang menarik memiliki nilai/bobot sebesar 447 dengan rata-rata sebesar 4,47.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{455}{447} \times 100\% = 101,78\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Eksterior dan Interior yang menarik adalah sebesar 101,78% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Eksterior dan Interior yang menarik.

3. Kebersihan dan kenyamanan kamar Hotel.

Tabel 44

Tingkat Kinerja pada Atribut kebersihan dan kenyamanan kamar hotel

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	65	5	325
Baik	27	4	108
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		457

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut kebersihan dan kenyamanan kamar hotel memiliki nilai/bobot sebesar 457 dengan rata-rata sebesar 4,57.

Tabel 45

Tingkat Harapan pada Atribut Kebersihan dan Kenyamanan Kamar Hotel

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	56	5	280
Penting	35	4	140
Cukup Penting	9	3	27
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		447
Rata-Rata		4,47	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut kebersihan dan kenyamanan kamar hotel memiliki nilai/bobot sebesar 447 dengan rata-rata sebesar 4,47.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{457}{447} \times 100\% = 102,23\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut kebersihan dan kenyamanan kamar hotel adalah sebesar 102,23% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pada atribut kebersihan dan kenyamanan kamar hotel.

4. Kondisi gedung dan fasilitas yang baik

Tabel 46

Tingkat Kinerja pada Atribut Kondisi gedung dan fasilitas yang baik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	46	5	230
Baik	47	4	188
Cukup Baik	7	3	21
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		439

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut kondisi gedung dan fasilitas yang baik memiliki nilai/bobot sebesar 439 dengan rata-rata sebesar 4,39.

Tabel 47

Tingkat Harapan pada Atribut Kondisi gedung dan fasilitas yang baik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	43	5	215
Penting	49	4	196
Cukup Penting	8	3	24
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		435
Rata-Rata		4,35	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut kondisi gedung dan fasilitas yang baik memiliki nilai/bobot sebesar 435 dengan rata-rata sebesar 4,35.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{439}{435} \times 100\% = 100,91\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut kondisi gedung dan fasilitas yang baik adalah sebesar 100,91% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya sudah merasa puas akan kinerja pada atribut kondisi gedung dan fasilitas yang baik.

B. Empati

1. Pelayanan Tersedia 24 Jam

. Tabel 48

Tingkat Kinerja pada Atribut Pelayanan Tersedia 24 Jam

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	43	5	215
Baik	51	4	204
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		437

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut Pelayanan Tersedia 24 Jam memiliki nilai/bobot sebesar 437 dengan rata-rata sebesar 4,37.

Tabel 49

Tingkat Harapan pada Atribut Pelayanan Tersedia 24 Jam

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	39	5	195
Penting	50	4	200
Cukup Penting	11	3	33
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		428
Rata-Rata		4,28	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut Pelayanan Tersedia 24 Jam memiliki nilai/bobot sebesar 428 dengan rata-rata sebesar 4,28.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{437}{428} \times 100\% = 102.10\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Pelayanan Tersedia 24 Jam adalah sebesar 102,10% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Pelayanan Tersedia 24 Jam.

2. Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan

Tabel 50

Tingkat Kinerja pada Atribut Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	37	5	185
Baik	55	4	220
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		429

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan memiliki nilai/bobot sebesar 429 dengan rata-rata sebesar 4,29.

Tabel 51

Tingkat Harapan pada Atribut Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	41	5	205
Penting	45	4	180
Cukup Penting	14	3	42
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		427
Rata-Rata		4,27	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan memiliki nilai/bobot sebesar 427 dengan rata-rata sebesar 4,27.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{429}{427} \times 100\% = 100,46\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan adalah sebesar 100,46% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan.

3. Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik

Tabel 52

Tingkat Kinerja pada Atribut karyawan mampu berkomunikasi dengan baik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	54	5	270
Baik	42	4	168
Cukup Baik	4	3	12
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		450

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik memiliki nilai/bobot sebesar 450 dengan rata-rata sebesar 4,50.

Tabel 53

Tingkat Harapan pada Atribut karyawan mampu berkomunikasi dengan baik

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	43	5	215
Penting	51	4	204
Cukup Penting	6	3	18
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		437
Rata-Rata		4,37	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik memiliki nilai/bobot sebesar 437 dengan rata-rata sebesar 4,37.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{450}{437} \times 100\% = 102,97\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik adalah sebesar 102,97% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik.

4. Kesanggupan merespon keluhan dan saran

Tabel 54

Tingkat Kinerja pada Atribut Kesanggupan merespon keluhan dan saran

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	50	5	250
Baik	42	4	168
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		442

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut kesanggupan merespon keluhan dan saran memiliki nilai/bobot sebesar 442 dengan rata-rata sebesar 4,42.

Tabel 55

Tingkat Harapan pada Atribut kesanggupan merespon keluhan dan saran

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	42	5	210
Penting	49	4	196
Cukup Penting	9	3	27
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		433
Rata-Rata		4,33	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut kesanggupan merespon keluhan dan saran memiliki nilai/bobot sebesar 433 dengan rata-rata sebesar 4,33.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{442}{433} \times 100\% = 102,07\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut kesanggupan merespon keluhan dan saran adalah sebesar 102,07% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pada atribut kesanggupan merespon keluhan dan saran.

C. Daya Tanggap

1. Karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen

Tabel 56

Tingkat Kinerja pada Atribut karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	46	5	230
Baik	46	4	184
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		438

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut Karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen memiliki nilai/bobot sebesar 438 dengan rata-rata sebesar 4,38.

Tabel 57

Tingkat Harapan pada Atribut Karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	41	5	205
Penting	51	4	204
Cukup Penting	8	3	24
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		433
Rata-Rata		4,33	

Sumber : Data Kuisisioner Diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen memiliki nilai/bobot sebesar 433 dengan rata-rata sebesar 4,33.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} 100\% = \frac{438}{433} \times 100\% = 101,15\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen adalah sebesar 101,15% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pada atribut karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen.

2. Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen

Tabel 58

Tingkat Kinerja pada Atribut Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	45	5	225
Baik	47	4	188
Cukup Baik	8	3	24
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		437

Sumber : Data Kuisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen memiliki nilai/bobot sebesar 437 dengan rata-rata sebesar 4,37.

Tabel 59

Tingkat Harapan pada Atribut Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	36	5	180
Penting	58	4	232
Cukup Penting	6	3	18
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		430
Rata-Rata		4,30	

Sumber : Data Kuisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen memiliki nilai/bobot sebesar 430 dengan rata-rata sebesar 4,30.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} 100\% = \frac{437}{430} \times 100\% = 101,62\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen adalah sebesar 101,62% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen.

3. Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen

Tabel 60

Tingkat Kinerja pada Atribut Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	49	5	245
Baik	45	4	180
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		443

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen memiliki nilai/bobot sebesar 443 dengan rata-rata sebesar 4,43.

Tabel 61

Tingkat Harapan pada Atribut Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	41	5	205
Penting	51	4	204
Cukup Penting	8	3	24
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		433
Rata-Rata		4,33	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen memiliki nilai/bobot sebesar 433 dengan rata-rata sebesar 4,33.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{443}{433} \times 100\% = 102,30\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen adalah sebesar 102,30% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pada atribut karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

D. Keandalan

1. Pelayanan yang tepat dan cepat

Tabel 62

Tingkat Kinerja pada Atribut Pelayanan yang Cepat dan Tepat

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	46	5	230
Baik	48	4	192
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		440

Sumber : Data Kuisisioner Diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut pelayanan yang cepat dan tepat memiliki nilai/bobot sebesar 440 dengan rata-rata sebesar 4,40.

Tabel 63

Tingkat Harapan pada Atribut Pelayanan yang Cepat dan Tepat

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	38	5	190
Penting	56	4	224
Cukup Penting	6	3	18
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		432
Rata-Rata		4,32	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut pelayanan yang cepat dan tepat memiliki nilai/bobot sebesar 432 dengan rata-rata sebesar 4,32.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} 100\% = \frac{440}{432} \times 100\% = 101.85\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut pelayanan yang cepat dan tepat adalah sebesar 101,85% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya sudah merasa puas akan kinerja pada atribut pelayanan yang cepat dan tepat.

2. Prosedur pelayanan jelas dan mudah

Tabel 64

Tingkat Kinerja pada Atribut Prosedur pelayanan jelas dan mudah

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	41	5	205
Baik	53	4	212
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		435

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut pelayanan jelas dan mudah memiliki nilai/bobot sebesar 435 dengan rata-rata sebesar 4,35.

Tabel 65

Tingkat Harapan pada Atribut Prosedur Pelayanan Jelas dan Mudah

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	37	5	185
Penting	57	4	228
Cukup Penting	6	3	18
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		431
Rata-Rata		4,31	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut pelayanan jelas dan mudah memiliki nilai/bobot sebesar 431 dengan rata-rata sebesar 4,31.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} 100\% = \frac{435}{431} \times 100\% = 100,92\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut pelayanan jelas dan mudah adalah sebesar 100,92% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya sudah merasa puas akan kinerja pada atribut prosedur pelayanan jelas dan mudah.

3. Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak

Tabel 66

Tingkat Kinerja pada Atribut Kinerja Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	43	5	215
Baik	54	4	216
Cukup Baik	3	3	9
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		440

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut Kinerja Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak memiliki nilai/bobot sebesar 440 dengan rata-rata sebesar 4,40.

Tabel 67

Tingkat Harapan pada Atribut Kinerja Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	44	5	220
Penting	48	4	192
Cukup Penting	8	3	24
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		436
Rata-Rata		4,36	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut Kinerja Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak memiliki nilai/bobot sebesar 436 dengan rata-rata sebesar 4,36.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} 100\% = \frac{440}{436} \times 100\% = 100,91\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut Kinerja Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak adalah sebesar 100,91% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya sudah merasa puas akan kinerja pada atribut Kinerja Makanan dan Minuman yang ditawarkan enak.

5. Kemudahan ketika memesan kamar hotel

Tabel 68

Tingkat Kinerja pada Atribut Kemudahan ketika memesan kamar hotel

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	53	5	265
Baik	42	4	168
Cukup Baik	5	3	15
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		448

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut kemudahan ketika memesan kamar hotel memiliki nilai/bobot sebesar 448 dengan rata-rata sebesar 4,48.

Tabel 69

Tingkat Harapan pada Atribut Kemudahan Ketika Memesan Kamar Hotel

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	41	5	205
Penting	55	4	220
Cukup Penting	4	3	12
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		437
Rata-Rata		4,37	

Sumber : Data Kuisisioner Diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut kemudahan ketika memesan kamar hotel memiliki nilai/bobot sebesar 437 dengan rata-rata sebesar 4,37.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} 100\% = \frac{448}{437} \times 100\% = 102,51\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut kemudahan ketika memesan kamar hotel adalah sebesar 102,51% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya sudah merasa puas akan kinerja pada atribut kemudahan ketika memesan kamar hotel.

E. Jaminan (Assurance)

1. Karyawan bersikap jujur

Tabel 70

Tingkat Kinerja pada Atribut Karyawan bersikap jujur

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	42	5	210
Baik	54	4	216
Cukup Baik	4	3	12
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		438

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan bersikap jujur memiliki nilai/bobot sebesar 438 dengan rata-rata sebesar 4,38.

Tabel 71

Tingkat Harapan pada Atribut karyawan bersikap jujur

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	37	5	185
Penting	57	4	228
Cukup Penting	6	3	18
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		431
Rata-Rata		4,31	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut karyawan bersikap jujur memiliki nilai/bobot sebesar 431 dengan rata-rata sebesar 4,31.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{438}{431} \times 100\% = 101,62\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut karyawan bersikap jujur adalah sebesar 101,62% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya sudah merasa puas akan kinerja pada atribut karyawan bersikap jujur.

2. Karyawan bersikap ramah dan sopan

Tabel 72

Tingkat Kinerja pada Atribut Karyawan Bersikap Ramah dan Sopan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	48	5	240
Baik	46	4	184
Cukup Baik	6	3	18
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		442

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut karyawan bersikap ramah dan sopan memiliki nilai/bobot sebesar 442 dengan rata-rata sebesar 4,42.

Tabel 73

Tingkat Harapan pada Atribut Karyawan Bersikap Ramah dan Sopan

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	41	5	205
Penting	56	4	224
Cukup Penting	3	3	9
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		438
Rata-Rata		4,38	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut keakuratan selama proses pelayanan memiliki nilai/bobot sebesar 438 dengan rata-rata sebesar 4,38.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} 100\% = \frac{442}{438} \times 100\% = 100,91\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut karyawan bersikap ramah dan sopan adalah sebesar 100,91% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya sudah merasa puas akan kinerja pada atribut karyawan bersikap ramah dan sopan.

3. Jaminan rasa nyaman atas jasa

Tabel 74

Tingkat Kinerja pada Atribut Jaminan Rasa Nyaman atas Jasa

Tanggapan Responden	Responden	Nilai Bobot	Skor
Sangat Baik	42	5	210
Baik	56	4	224
Cukup Baik	2	3	6
Kurang Baik	0	2	0
Tidak Baik	0	1	0
Jumlah	100		440

Sumber : Data Kuisisioner Diolah 2018

Berdasarkan data dari 100 responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat kinerja pada atribut jaminan rasa nyaman atas jasa memiliki nilai/bobot sebesar 440 dengan rata-rata sebesar 4,40.

Tabel 75

Tingkat Harapan pada Atribut Jaminan Rasa Nyaman atas Jasa

Tanggapan Responden	Responden	Nilai/Bobot	Skor
Sangat Penting	38	5	190
Penting	56	4	224
Cukup Penting	6	3	18
Kurang Penting	0	2	0
Tidak Penting	0	1	0
Jumlah	100		432
Rata-Rata		4,32	

Sumber : Data Kuisisioner diolah (2018)

Berdasarkan data dari 100 Responden diatas dapat diketahui bahwa tingkat harapan konsumen pada atribut keakuratan selama proses pelayanan memiliki nilai/bobot sebesar 432 dengan rata-rata sebesar 4,32.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dengan nilai sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{440}{432} \times 100\% = 101,85\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja harapan pada atribut jaminan rasa nyaman atas jasa adalah sebesar 101,85% artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya sudah merasa puas akan kinerja pada atribut jaminan rasa nyaman atas jasa.

4.2.3 Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

Tabel 76

Penilaian Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan Pada Atribut Kualitas Pelayanan
Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

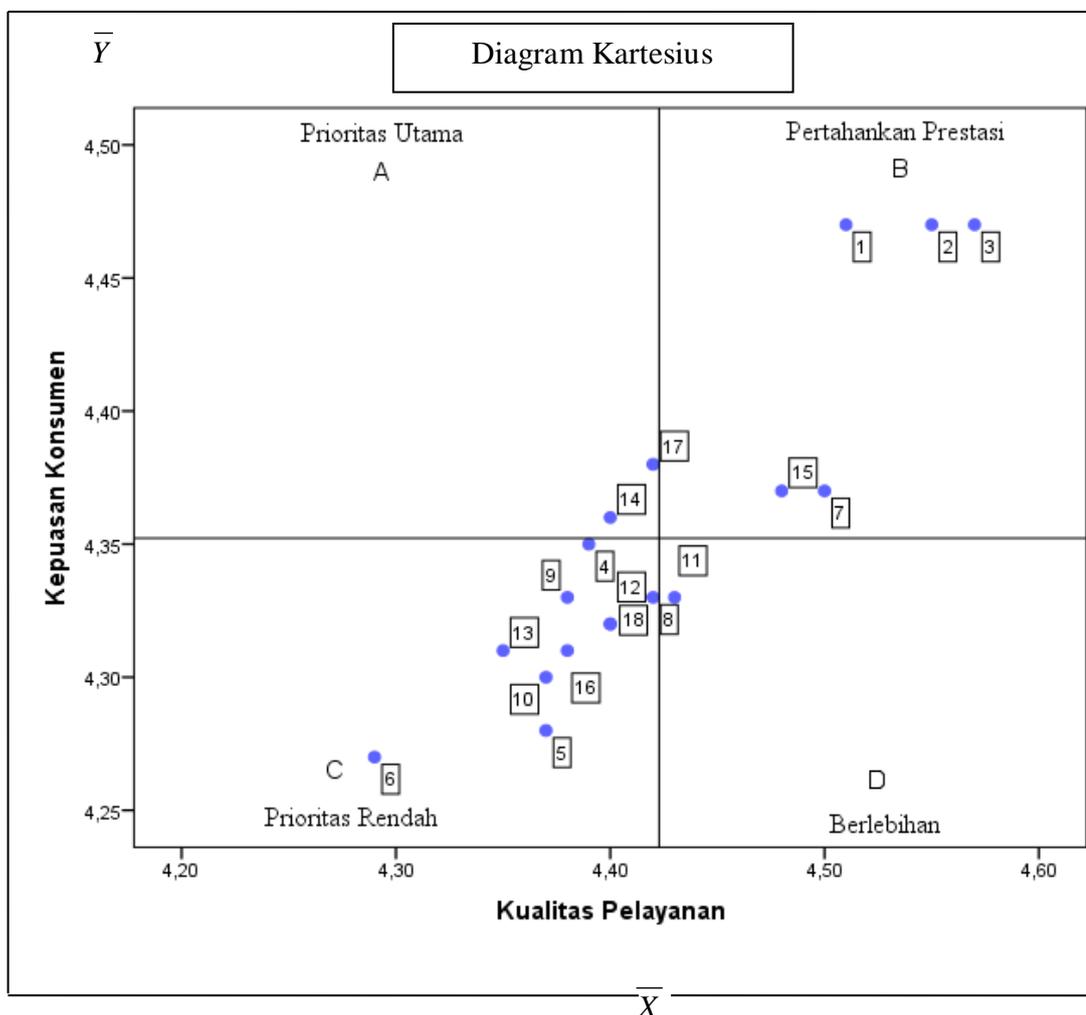
No	Indikator	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	\bar{X}	\bar{Y}
1	Tempat parkir yang luas dan memadai.	451	447	4,51	4,47
2	Eksterior dan Interior yang menarik.	455	447	4,55	4,47
3	Kebersihan dan kenyamanan kamar hotel.	457	447	4,57	4,47
4	Kondisi gedung dan fasilitas yang baik.	439	435	4,39	4,35
5	Pelayanan tersedia 24 jam.	437	428	4,37	4,28
6	Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan	429	427	4,29	4,27
7	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik.	450	437	4,50	4,37
8	Kesanggupan merespon keluhan dan saran.	442	433	4,42	4,33
9	Karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen.	438	433	4,38	4,33
10	Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen.	437	430	4,37	4,30
11	Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.	443	433	4,43	4,33
12	Pelayanan yang cepat dan tepat	440	432	4,40	4,32
13	Prosedur pelayanan jelas dan mudah	435	431	4,35	4,31
14	Makanan dan minuman yang ditawarkan enak	440	436	4,40	4,36
15	Kemudahan ketika memesan kamar hotel	448	437	4,48	4,37
16	Karyawan bersikap jujur	438	431	4,38	4,31
17	Karyawan bersikap ramah dan sopan	442	438	4,42	4,38
18	Jaminan rasa nyaman atas jasa	440	432	4,40	4,32
Rata-Rata Total		442,27	435,22	4,422	4,352

Berdasarkan nilai terhadap tingkat kinerja dan tingkat harapan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dilakukan perhitungan terhadap tingkat kesesuaian rata-rata yang bertujuan untuk mengetahui kesesuaian antara nilai kinerja dan nilai harapan konsumennya.

$$TKi = \frac{442,27}{435,22} \times 100\% = 101,61\%$$

Hasil perhitungan mengenai tingkat kesesuaian diatas secara keseluruhan mencapai nilai sebesar 101,61% yang artinya konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah merasa puas akan kinerja pelayanan yang diberikan oleh manajemen hotel.

Untuk mengetahui posisi setiap atribut kualitas pelayanan dilakukan pemetaan dari hasil kinerja dan harapan pada sebuah matriks yang masing-masing kuadrannya dapat menggambarkan keadaan setiap atribut kualitas pelayanan.



Gambar 11
Analisis Diagram Kartesius Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur

Dalam gambar 5 dari diagram kartesius ini terlihat, bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur terbagi menjadi empat bagian. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Makanan dan minuman yang ditawarkan enak (14)
- Karyawan bersikap ramah dan sopan (17)

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan konsumen.

Indikator yang termasuk dalam kuadran B ini adalah :

- Tempat parkir yang luas dan memadai (1)
- Eksterior dan Interior yang menarik (2)
- Kebersihan dan kenyamanan kamar hotel (3)
- Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik (7)
- Kemudahan ketika memesan kamar hotel (15)

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang paling penting bagi konsumen, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja.

Adapun indikator yang termasuk di dalam kuadran C adalah :

- Kondisi gedung dan fasilitas yang baik (4)
- Pelayanan tersedia 24 jam (5)
- Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan (6)
- Karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen (9)
- Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen (10)
- Pelayanan yang cepat dan tepat (12)
- Prosedur pelayanan jelas dan mudah (13)
- Karyawan bersikap jujur (16)
- Jaminan rasa nyaman atas jasa (18)

4. Kuadran D (Berlebihan)

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan, sehingga sangat memuaskan.

Adapun indikator yang termasuk di dalam kuadran D adalah :

- Kesanggupan merespon keluhan dan saran (8)
- Karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen (11)

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kualitas pelayanan pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur yang diukur melalui 5 (Lima) indikator kualitas pelayanan yang meliputi Produk Fisik (Tangible), Empati (Emphaty), Daya Tanggap (Responsiveness), Keandalan (Reliability), Jaminan (Assurance). Memiliki penilaian yang sangat baik dengan nilai total tanggapan responden pada setiap atribut berkisar antara 80% sampai dengan 90%
2. Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat harapan diperoleh nilai kesesuaian sebesar 101,61% artinya harapan konsumen terhadap kuliatas pelayanan sudah terpenuhi seluruhnya sehingga tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur sudah tercapai atau konsumen sudah merasa puas.
3. Berdasarkan hasil pemetaan pada diagram kartesius terhadap indikator kualitas pelayanan Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur didapatkan hasil sebagai berikut : Pada kuadran A (Prioritas Utama) terdiri dari atribut makanan dan minuman yang ditawarkan enak, karyawan bersikap ramah dan sopan. Pada kuadran B (Pertahankan Prestasi) terdiri dari atribut tempat parkir yang luas dan memadai, eksterior dan interior yang menarik, kebersihan dan kenyamanan kamar hotel, karyawan mampu berkomunikasi dengan baik, kemudahan ketika memesan kamar hotel. Pada kuadran C (Prioritas Rendah) terdiri dari atribut kondisi gedung dan fasilitas yang baik, pelayanan tersedia 24 jam, karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan, karyawan cepat tanggap dalam melayani konsumen, karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi konsumen, pelayanan yang cepat dan tepat, prosedur pelayanan jelas dan mudah, karyawan bersikap jujur, jaminan rasa nyaman atas jasa. Pada kuadran D (Berlebihan) terdiri dari atribut kesanggupan merespon keluhan dan saran, karyawan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya menawarkan makanan dan minuman yang lebih bervariasi setiap harinya sehingga konsumen mempunyai berbagai pilihan yang beragam untuk menikmati hidangan yang disajikan oleh manajemen hotel serta perusahaan

diharapkan memberikan pelatihan keterampilan kepada chef agar chef di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dapat menghidangkan makanan yang enak.

2. Untuk meningkatkan kinerja kualitas pelayanan hendaknya manajemen dapat memperbaiki kinerja karyawan dengan cara memperbanyak pelatihan-pelatihan yang berhubungan dengan kinerja karyawannya terutama kinerja terhadap keramahan dan kesopanan yang diberikan kepada konsumen, agar kemampuan kerja karyawan dalam melayani konsumen dapat meningkat dan konsumen menjadi loyal.
3. Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur perlu mengadakan survey secara berkala untuk mengetahui perubahan keinginan konsumen sehingga perubahan keinginan tersebut secara cepat dapat diantisipasi dan akan membuat pelanggan selalu terpenuhi kebutuhannya dan pelanggan akan merasa puas sehingga pelanggan tidak akan berpindah ke hotel lain. Fasilitas kotak saran dan komentar-komentar di situs booking hotel online juga harus dioptimalkan agar dapat mengetahui keluhan-keluhan yang disampaikan dan mengatasinya dengan melakukan tindakan ke arah yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyono (2011), *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Bagus I Gusti Rai Utama (2017), *Pemasaran Pariwisata*, Yogyakarta, Anggota IKAPI, Penerbit CV Andi.
- BuchariAlma (2013), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan kesepuluh, Bandung, Penerbit Alfabet.
- Danang Sunyoto (2012), *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta , Penerbit CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Danang Sunyoto (2013), *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta , Penerbit CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi(2014), *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta, Penerbit Gava Media.
- Fandy Tjiptono dan AnastasiaDiana (2017), *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono (2012), *Service Management*, Yogyakarta, Penerbit ANDI.
- Fandy Tjiptono (2011), *Pemasaran Jasa*, Malang, Penerbit CV Bayu Media.
- Harman Malau (2017), *Manajemen pemasaran*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Hernon Peter, Ellen Altman dan Robert E. Dugan (2015) *Assesing Service Quality: Satisfying the Expectations of Library Customers* Third Edition, American Library Association.
- Irham Fahmi (2014), *Manajemen Kepemimpinan Teori dan Aplikasi*, Cetakan ketiga, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- J Supranto (2011), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, Penerbit Rineka Cipta.
- Jasfar Farida (2014), *Manajemen Jasa*, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management*, 12th edition United States of America: Pearson.
- Lovelock Christopher, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2015), *Service Marketing*, Australia, Pearson Education.
- Pedoman Penulisan Skripsi (2016) Bogor : Universitas Pakuan.
- Ratih Hurriyati (2015), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung, Penetib Alfabet.
- Sudaryono (2014), *Perilaku Konsumen*, Jakarta Pusat, Penerbit Lentera Ilmu Cendikia.

Sugiyono (2014), *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan ke dua, Bandung, Penerbit Alfabeta.

Sugiyono (2017), *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan ke dua puluh delapan, Bandung, Penerbit Alfabeta.

Sopiah dan Etta Mamang Sangadji (2013), *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis*, Yogyakarta, Penerbit Andi.

Sri Larasati (2016), *Excellente Hotel Operation*, Yogyakarta, Ekuilibria.

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2012), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Penerbit Rajawali Pers.

Umar Husein (2010), *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, Jakarta, Penerbit Rajawali Pers.

<https://jabar.bps.go.id> (Diakses 17 Juli 2017)

www.pegipegi.com (Diakses 17 Juli 2017)

www.traveloka.com (Diakses 17 Juli 2017)

LAMPIRAN

NO :

KUISIONER PENELITIAN
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA HOTEL LEMBAH BUKIT RAYA CIANJUR

Dengan Hormat

Bersama ini saya Dina Mardiana (021114434) mahasiswi semester VIII (Delapan) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor sedang melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur**” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata-1(S1).

Sehubungan dengan itu saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i konsumen Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur untuk mengisi kuisisioner sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini akan sangat membantu, Terimakasih.

A. Data Responden

Berilah tanda silang (x) pada salah satu pilihan dibawah ini:

- | | | |
|---------------|----------------------------|----------------------------------|
| Jenis Kelamin | : a. Pria | b. Wanita |
| Usia | : a. \leq 19 Tahun | d. 40-49 Tahun |
| | : b. 20-29 Tahun | e. > 50 Tahun |
| | c. 30-39 Tahun | |
| Pekerjaan | : a. Pelajar/Mahasiswa | d. Pegawai Negeri Sipil |
| | b. Wiraswasta | e. Lainnya (.....) |
| | c. Pegawai Swasta | |
| Pendapatan | : a. < Rp. 500.000 | c. Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000 |
| | b. Rp. 500.000 – 2.500.000 | d. > Rp 5.000.000 |
| Tujuan | : a. Bisnis | c. Tugas |
| | b. Wisata | d. Lainnya (.....) |
| Lama Menginap | : a. < 1 Minggu | c. > 1 Minggu |
| | b. 1 Minggu | |

Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda dari pernyataan dibawah ini menyangkut harapan atas kualitas pelayanan yang ingin anda dapatkanketika memilih Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur dan kinerja sesungguhnya atas kualitas pelayanan yang anda rasakan ketika telah menginap di Hotel Lembah Bukit Raya Cianjur, dengan memberikan tanda contreng (\surd) pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai.

Keterangan kolom jawaban kinerja

- SB = Sangat Baik
B = Baik
CB = Cukup Baik
KB = Kurang Baik
TB = Tidak Baik

Keterangan kolom jawaban Harapan

- SP = Sangat Penting
P = Penting
CP = Cukup Penting
KP = Kurang Penting
TP = Tidak Penting

JAWABAN RESPONDEN**KUALITAS PELAYANAN**

No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	Skor Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	85
3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	85
4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	87
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	88
6	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	87
7	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	88
8	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	87
9	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	85
10	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	85
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	87
12	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	86
13	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	88
15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	86
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	71
17	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	86
18	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	81
19	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	83
20	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	85
21	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	84
22	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5	83
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	88
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	87
25	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	80

26	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	80
27	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	81
28	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	83
29	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	84
30	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	83
31	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	81
32	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	82
33	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	3	5	81
34	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	82
35	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	83
36	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	83
37	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	81
38	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	82
39	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	83
40	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	80
41	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	81
42	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	81
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	87
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	70
45	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	73
46	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	79
47	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	73
48	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	75
49	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	73
50	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	78
51	4	5	4	3	5	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	5	3	4	74
52	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	74
53	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	75
54	5	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	75

55	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	74
56	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	73
57	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	77	
58	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	76	
59	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	77	
60	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	73	
61	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	78	
62	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	75	
63	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	79	
64	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	74	
65	5	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	76	
66	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	75	
67	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	74	
68	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	78	
69	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	73	
70	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	77	
71	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	77	
72	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	75	
73	5	4	5	4	4	4	3	5	3	5	4	4	4	5	3	3	4	5	74	
74	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	3	4	75	
75	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	74	
76	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	77	
77	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	77	
78	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	73	
79	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	76	
80	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	76	
81	5	4	3	4	3	3	4	4	5	3	5	4	3	4	5	4	5	4	72	
82	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	76	
83	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	79	

84	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	76
85	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	75
86	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	75
87	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	76
88	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	76
89	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	5	72
90	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	75
91	5	3	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	74
92	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	75
93	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	78
94	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	75
95	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	75
96	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	4	3	5	4	3	5	4	5	78
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	72
98	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	76
99	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	78
100	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	79

JAWABAN RESPONDEN**KEPUASAN KONSUMEN**

No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15	Item 16	Item 17	Item 18	SKOR TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
2	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	85
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	89
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	87
6	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	87
7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	87
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	86
9	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
14	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
15	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	87
16	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	76
17	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
18	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	80
19	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	84
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	87
21	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	86
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
23	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	86
24	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	80
25	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	81

55	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	70
56	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	76
57	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	74
58	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
59	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	73
60	4	4	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	78
61	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	77
62	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	77
63	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
64	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	76
65	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	70
66	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	79
67	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
68	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	75
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	70
70	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
71	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	71
72	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	76
73	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	79
74	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	75
75	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	77
76	4	5	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	80
77	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	78
78	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	79
79	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	79
80	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	72
81	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	78
82	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	73
83	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	74

84	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	78
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	72
86	4	4	5	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	73
87	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	73
88	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	74
89	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	73
90	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	79
91	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	77
92	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	73
93	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	72
94	4	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	81
95	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	73
96	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	75
97	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	76
98	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	78
99	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	73
100	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	75

