



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SENTUL HIGHLAND GOLF CLUB
KOTA BOGOR**

Skripsi

Dibuat oleh:
MERLINDA
021117183

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

MEI 2023

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SENTUL HIGHLAND GOLF CLUB
KOTA BOGOR**

Skripsi

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)



Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI

Kami selaku Ketua Komisi dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi mulai tanggal: / dan berakhir tanggal: / /
Dengan ini menyatakan bahwa,

Nama : Merlinda
NPM : 021117183
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah : Pemasaran
Ketua Komisi : Okti Kiswati Zaini, SE.,MM
Anggota Komisi : Arie Wibowo, SP., MM
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor

Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat disertakan mengikuti ujian sidang skripsi yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Disetujui,

Ketua Komisi Pembimbing
(Okti Kiswati Zaini, SE.,MM)





Anggota Komisi Pembimbing
(Arie Wibowo, SP.,MM)

Diketahui,

Ketua Program Studi Manajemen
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak.,MM.,CA)



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SENTUL HIGHLAND GOLF CLUB
KOTA BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari: Jum'at Tanggal 28 Juli 2023

Merlinda
021117183

Ketua Penguji Sidang
(Dra. Hj. Sri Hartini, MM)



Ketua Komisi Pembimbing
(Oktori Kiswati Zaini, SE.,MM)



Anggota Komisi Pembimbing
(Arie Wibowo, SP.,MM)



LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS PAKUAN

Nomor : /KEP/REK/I/2023

**Tentang : PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN KEKAYAAN
INTELEKTUAL DI UNIVERSITAS PAKUAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Merlinda

NPM : 021117183

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan
Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir Skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, Maret 2023



Merlinda
021117183

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

MERLINDA. 021117183. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor. Dibawah bimbingan OKTORI KISWATI ZAINI, dan ARIE WIBOWO.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan jasa. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama dan memberikan komentar yang baik terhadap perusahaan tersebut. Hal yang menjadi faktor utama kepuasan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club, untuk menganalisis kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club, untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif *eksploratif*. Sumber data penelitian ini yaitu sumber data primer berupa kuesioner. Pemilihan responden dilakukan dengan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat baik. Indikator pada variabel kualitas pelayanan, total skor rata-rata dari 5 indikator tersebut adalah indikator *tangible* pada pernyataan Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih sebesar 86%. Sedangkan indikator terendah pada indikator *Reliability*, *Responsiveness* dan *assurance* sebesar 81%, kepuasan Pelanggan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat puas. Total skor rata-rata variabel kepuasan pelanggan dari 2 indikator sebesar 81%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tergolong sangat tinggi. Pernyataan tertinggi sebesar 83% pada pernyataan pendaftaran via tour and travel. Sedangkan pernyataan terendah pada pernyataan totalitas fasilitas dan pelayanan selalu diutamakan dan pernyataan pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan sebesar 79%. kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat baik. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa secara umum kualitas pelayanan yang diberikan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor sudah sangat baik di mata pelanggan. Kepuasan Pelanggan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat puas. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PRAKATA

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor**” guna menyelesaikan Pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pakuan.

Banyak hambatan dalam proses pembuatan skripsi ini yang disebabkan kendala-kendala baik internal maupun eksternal. Namun meskipun demikian penulis dapat melalui serangkaian proses tersebut dengan bantuan Do'a, dukungan, bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada Orang Tua yang tiada henti memberikan doa, semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pakuan Bogor.
3. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Dr. Retno Murtanti Endah Lestari, S.E., M.Si., CMA., CAPM. Selaku wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.
5. Enok Rusmanah, S.E., M.Acc. Selaku Wakil Dekan Bidang SDM dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., CA. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.
7. Tutus Rully, S.E., M.M. Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.
8. Ibu Oktorikiswati Zaini, SE.,MM., selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberi arahan, membimbing dan memberikan waktu dan pikirannya bagi penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
9. Bapak Arie Wibowo, SP.,MM., selaku Anggota Komisi Pembimbing yang juga telah membantu dan memberi masukan dalam bentuk bimbingan terhadap penulis.
10. Bapak dan Ibu Dosen yang saya hormati, yang telah berjasa dalam memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan.
11. Orang tua tercinta yaitu Bapak Pono dan Ibu Aminah yang selalu memberikan doa dan semangat di setiap hari.
12. Untuk semua sahabat saya di kelas Manajemen Ekstensi 2017 yang selalu memberikan semangat walaupun jarang bertemu.

13. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas kerja samanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan jauh dari kesempurnaan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna mengurangi kesalahan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membantu dan memberikan manfaat kepada pembaca terutama penulis.

Bogor, Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR HAK CIPTA.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Perumusan masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian	5
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	5
1.4.2 Kegunaan Akademis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	6
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	7
2.3 Kualitas Pelayanan	11
2.4 Penelitian sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	18
2.4.1 Penelitian Sebelumnya	18
2.4.2 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian	26
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	27

3.5 Populasi dan Sampel	28
3.6 Uji Kualitas Data	29
3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Profil Singkat Perusahaan	32
4.2. Profil Responden	33
4.3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	36
4.3.1. Variabel Kualitas Pelayanan.....	36
4.3.2. Variabel Kepuasan Pelanggan.....	37
4.4. Analisis Data	38
4.4.1. Analisis Deskriptif Pendapat Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	38
4.4.2. Analisis Deskriptif Pendapat Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	48
4.4.3. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	57
5.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor.....	3
Tabel 1.2	Data Keluhan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor Tahun 2018-2020	4
Tabel 2.1.	Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 3.1.	Operasional Variabel Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Sentul Highlands Golf Club	25
Tabel 3.2	Skala Likert	29
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	34
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	36
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	36
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	37
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	37
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	38
Tabel 4.10.	Lokasi Sentul Highlands Golf Club strategis	38
Tabel 4.11.	Peralatan dan fasilitas di Sentul Highlands Golf Club memadai	39
Tabel 4.12.	Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih	40
Tabel 4.13.	Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan.....	41
Tabel 4.14.	Sentul Highlands Golf Club memiliki Kotak saran penilaian setelah selesai kegiatan golf	41
Tabel 4.15.	Terdapat Sirene tanda darurat untuk pemberitahuan baik untuk cuaca dan kondisi tertentu	42
Tabel 4.16.	Pengawasan di lapangan dilakukan disetiap hole.....	43
Tabel 4.17.	Semua kegiatan di lapangan di asuransikan	44
Tabel 4.18.	Dalam kondisi cuaca hujan dan petir pemain boleh melanjutkan di lain waktu tanpa biaya tambahan	44
Tabel 4.19.	Karyawan Sentul Highlands Golf Club harus memberi salam dan ramah kepada tamu.....	45
Tabel 4.20.	Sentul Highlands Golf Club rutin melaksanakan Turnamen Series.	46
Tabel 4.21.	Sentul Highlands Golf Club mengundang publik figur	47
Tabel 4.22	Total Jawaban Responden terhadap Indikator Variabel Kualitas Pelayanan	47
Tabel 4.23.	Peningkatan pelayanan untuk pelanggan Sentul Highlands Golf Club	48

Tabel 4.24.	Totalitas Fasilitas dan Pelayanan selalu diutamakan	49
Tabel 4.25.	Bekerja sama dengan tour travel dan media sosial sebagai sarana informasi Sentul Highlands Golf Club.....	50
Tabel 4.26.	Pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan.....	51
Tabel 4.27.	Promo tiap bulan	51
Tabel 4.28.	Menyediakan informasi-informasi untuk menumbuhkan hubungan antara Sentul Highlands Golf Club dan Pelanggan	52
Tabel 4.29	Total Jawaban Responden terhadap Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.30	Hasil Tingkat Kesesuaian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	34
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	36

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Golf merupakan salah satu jenis olahraga yang semakin banyak digemari oleh kalangan masyarakat tertentu, bahkan saat ini merupakan bagian dari gaya hidup beberapa kelompok masyarakat. Disamping itu, golf juga merupakan salah satu olahraga yang terkait dengan kegiatan bisnis khususnya saat melakukan aktivitas negosiasi. Tidaklah mengherankan jika persaingan antar perusahaan jasa yang bergerak di bidang pelayanan jasa golf semakin ketat (Naufanita, 2018).

Sarana prsarana golf banyak dibangun sesuai dengan pertumbuhan olahraga golf di Indonesia. Perkumpulan-perkumpulan golf semakin banyak didirikan dan kini tercatat 63 klub yang menjadi anggota PGI (Persatuan Golf Indonesia). Prospek bisnis pelayanan jasa penyediaan fasilitas pemain golf saat ini cukup potensial mengingat golf merupakan salah satu olahraga bergengsi (Naufanita, 2018).

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan jasa pada perusahaan. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan menggunakan suatu produk atau jasa. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama dan memberikan komentar yang baik terhadap perusahaan tersebut (Jaya, 2019).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Lupyoadi dan Hamdani (2017) antara lain yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga dan biaya tambahan. Faktor kualitas pelayanan salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh pengelola Sentul Highlands Golf Club agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen Sentul Highlands Golf Club.

Di satu sisi, Sentul Highlands Golf Club menyandang predikat sebagai lapangan publik yang memiliki beberapa fasilitas dan Pelayanan Bintang Lima, mulai dari resto, kolam renang, VIP *room* dan fasilitas lainnya yang sangat berkualitas serta futuristik. Dari testimoni yang peneliti dapat tentang Sentul Highlands Golf Club, semua pengunjung yang datang baik untuk bermain golf, makan di Larasa , ataupun hanya melihat-lihat memberikan pesan positif tentang Sentul Highlands Golf Club.

Hal yang menjadi faktor utama kepuasan adalah kualitas pelayanan. Menurut Irawan (2017) pengukuran kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam proses penilaian kinerja dimana tujuan pasti yang ingin dicapai adalah memberikan yang lebih baik, lebih produktif, dan lebih kuat sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Suatu pelayanan dapat diterima jika dapat menangani masalah dan keinginan pelanggan dengan baik. Kepuasan konsumen juga dapat dijadikan sebagai salah satu

sumber keberhasilan dalam pelaksanaan program yang dilaksanakan oleh perusahaan SGHC.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan, dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang kurang memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks.

Pada saat ini kualitas pelayanan sangat penting bagi pihak perusahaan dan pelanggan, karena kualitas pelayanan jasa berpengaruh besar atau berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan jasa dapat menjadi salah satu strategi yang penting dalam persaingan. Kualitas pelayanan jasa dipengaruhi oleh dua faktor yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan (Mangkunegara, 2017). Pelanggan akan membandingkan harapan pelanggan dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan berupa pemberian pelayanan yang memuaskan. Bila pelayanan dapat melampaui harapan pelanggan, maka jasa tersebut dikatakan memiliki kualitas yang baik dan akan dapat memuaskan pelanggan.

Peranan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor menjadi sangat penting di antara sekian banyak tempat golf. Setiap perusahaan yang memberikan kepuasan pelanggan yang prima atas jasa yang telah dihasilkan merupakan suatu kesuksesan baik secara visi dan misi maupun material.

Berdasarkan hasil data jumlah pelanggan yang berkunjung ke Sentul Highland Golf Club Kota Bogor selama 2018-2022.

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor

Bulan	2018 (Sebelum Covid-19)	2019 (Sebelum Covid-19)	2020 (Masa Covid-19)	2021 (Masa Covid-19)	2022 (Pasca Covid-19)
Januari	3900	3990	3510	3240	3300
Februari	2700	2820	2700	2700	2760
Maret	3300	3510	3240	2970	3090
April	2880	2940	2700	2700	2760
Mei	2940	3150	2790	2730	2760
Juni	3300	2940	2700	2700	2760
Juli	3600	3420	3120	2820	2850
Agustus	3330	3120	2880	2760	2820

Bulan	2018 (Sebelum Covid-19)	2019 (Sebelum Covid-19)	2020 (Masa Covid-19)	2021 (Masa Covid-19)	2022 (Pasca Covid-19)
September	3600	3480	3180	2880	2940
Oktober	3480	2850	3120	2820	2820
November	3900	3750	2940	2760	2820
Desember	4350	4020	3510	2790	2820
Total	41.280	39.990	36.390	33.870	34.500

Sumber: Dokumen Kunjungan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor Tahun 2022

Berdasarkan data pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor di atas menunjukkan fluktuasi. Jumlah kunjungan dari tahun 2018 sampai dengan 2021 mengalami penurunan. Pada tahun 2018 jumlah kunjungan pelanggan sebanyak 41.280, pada tahun 2019, jumlah kunjungan pelanggan menurun menjadi 39.990, kemudian mengalami penurunan kembali pada tahun 2020 menjadi 36.390, pada tahun 2021 jumlah kunjungan pelanggan mengalami penurunan kembali menjadi 33.870. Kemudian pada tahun 2022 pasca pandemi mengalami peningkatan menjadi 34.500, namun peningkatan tersebut tidak signifikan. Terjadi penurunan kunjungan pelanggan ini mengindikasikan bahwa terjadi penurunan kepuasan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor. Dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor, pelanggan beberapa kali menyampaikan keluhan terhadap pelayanan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor khususnya terhadap kualitas pelayanan. Hal ini memberikan indikasi bahwa Sentul Highland Golf Club Kota Bogor yang dibangun dengan sarana dan prasarana cukup memadai belum mampu memberikan pelayanan yang sesuai harapan, keinginan dan tuntutan dari pelanggan, selain itu juga faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor terjadi karena adanya persaingan yang cukup ketat, berikut pesaing-pesaing RSJMM Heritage Golf Field, Pusaka Lapangan Golf Bogor dan Rancamaya Golf Club. Berikut ini adalah data keluhan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor dalam periode 2018-2022.

Tabel 1.2 Data Keluhan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor Tahun 2018-2022

No	Kategori Keluhan	Tahun				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Ketidakkonsistenan pengawasan di lapangan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor	80	92	128	130	134
2	Kurangnya ketersediaan kelengkapan peralatan Golf	40	52	77	85	92
3	Biaya administrasi yang cukup tinggi	40	60	75	84	91
	Total	160	204	280	299	317

Sumber: Dokumen Data Keluhan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui kategori keluhan terbanyak pada pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor diantaranya yaitu ketidakkonsistenan pengawasan di lapangan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor, kurangnya ketersediaan kelengkapan peralatan Golf, dan biaya administrasi yang cukup tinggi. Dilihat dari data di atas bahwa jumlah keluhan cenderung terus bertambah. Jumlah keluhan terbesar terjadi pada tahun 2022 dengan jumlah keluhan 317. Hal ini tentu harus menjadi perhatian manajemen Sentul Highland Golf Club Kota Bogor khususnya ketidakkonsistenan pengawasan yang dilakukan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor. Disisi lain tujuan dari pengawasan ini untuk memastikan bahwa lapangan berada dalam kondisi yang sangat baik, memberikan lapangan permainan berkualitas tinggi bagi para pemain golf.

Berdasarkan uraian di atas sangatlah perlu dilakukan penelitian tentang sejauh mana tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja pelayanan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor.**

1.2 Perumusan dan Identifikasi Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Terjadinya penurunan pelanggan pada periode 2018-2022 pada Sentul Highland Golf Club Kota Bogor.
2. Terjadinya peningkatan keluhan pelanggan periode 2018-2022 pada Sentul Highland Golf Club Kota Bogor.
3. Banyaknya pesaing

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club?
3. Bagaimana analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor, sehingga permasalahan yang diharapkan dapat diselesaikan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club.
2. Untuk menganalisis kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club.
3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berikut ini merupakan kegunaan dalam penelitian praktis dan teoritis:

1.4.1 Kegunaan Praktis

Manfaat dari penelitian ini diperuntukan kepada Manajemen Sentul Highlands Golf Club Kota Bogor. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang telah diberikan, dan menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan perbaikan pelayanan kedepannya agar kualitas pelayanan semakin baik dan kepuasan pelanggan semakin tinggi terhadap kualitas pelayanan olahraga di Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya dalam hal kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan khususnya di bidang Pariwisata Olahraga Golf.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Swasta dan Handoko (2017) menjelaskan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Menurut Kotler dan Keller (2016) Pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan freering, dan bebas bertukar produk dan jasa dari nilai dengan lain.

Menurut Sudaryono (2016), pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif. Jadi dapat disimpulkan, pemasaran adalah suatu kegiatan perekonomian yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Abdullah dan Tantri (2017) “Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial”.

Dari definisi-definisi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial yang diperoleh dengan penggunaan instrumen-instrumen tertentu untuk mengukur kinerja dari aktivitas bisnis yang berfungsi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada konsumen agar dapat memuaskan keinginan konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Menurut Assauri (2016) manajemen pemasaran adalah kegiatan penganalisan, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang. Menurut Tjiptono (2016) “Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi penentuan harga, promosi, dan distribusi barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan”.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah alat analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.

2.2 Kepuasan Pelanggan

2.2.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah (Sunnyoto, 2017).

Menurut Tjiptono dan Diana (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (*percieved performance*) dibandingkan ekspektasi pelanggan bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau *gap* di antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka pelanggan bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka pelanggan itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia.

Menurut Sudaryono (2018) bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan atau pelayanan dari produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan atau pelayanan dari produk dan jasa. Pelanggan yang puas akan mengonsumsi produk secara terus menerus, mendorong pelanggan untuk loyal terhadap produk atau jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut kepada orang lain dari mulut ke mulut.

Windasuri dan Hyacintha (2016) menambahkan kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan sebagai suatu bentuk khusus sikap sebagai yang merupakan fenomena setelah sebagai tersebut melakukan pembelian yang mencerminkan sejauh mana seorang pelanggan menyukai atau tidak menyukai pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan definisi tersebut di atas, maka kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan terhadap kinerja perusahaan dalam memberikan pelayanan, dimana jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa, dan jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas.

2.2.2. Elemen Kepuasan Konsumen

Menurut Priansa (2017) lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Harapan (*expectations*)
Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.
2. Kinerja (*performance*)
Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.
3. Perbandingan (*comparison*)
Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.
4. Pengalaman (*experience*)
Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Pengalaman pelanggan yang positif sangat penting bagi kelangsungan bisnis.
5. Konfirmasi (*confirmation*) dan dikonfirmasi (*disconfirmation*)
Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation /disconfirmation*.

Menurut Sumarwan (2018) elemen kepuasan pelanggan antara lain:

1. Harapan (*Expectations*)
Pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase pra pembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian konsumen mengembangkan pengharapan atau keyakinan mengenai apa yang telah mereka harapkan dari suatu produk ketika mereka menggunakan suatu produk tersebut.
2. Kinerja (*Performance*)
Selama mengkonsumsi suatu produk, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen. Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.
3. Perbandingan (*Comparison*)
Setelah mengkonsumsi, terdapat adanya harapan prapembelian dan persepsi kinerja aktual yang pada akhirnya konsumen akan membandingkan keduanya.

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja jasa sebelum menggunakan jasa dengan persepsi kinerja aktual jasa tersebut. Pelanggan akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual jasa.

4. Penegasan (*Confirmation/Disconfirmation*)

Hasil dari perbandingan tersebut akan menghasilkan *confirmation of expectation*, yaitu ketika harapan dan kinerja berada pada level yang sama atau akan menghasilkan *disconfirmation of expectation*, yaitu jika kinerja aktual lebih baik atau kurang dari yang diharapkan. Pelanggan akan merasa puas ketika terjadi *confirmation /disconfirmation*.

5. Ketidaksesuaian (*Discrepancy*)

Jika level kinerja tidak sama, *discrepancy* mengidentifikasi bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Untuk *negative disconfirmations*, yaitu ketika kinerja aktual berada di bawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan.

2.2.3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2016) mengidentifikasi empat metode mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan seseorang atau beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost Customer Service*

Perusahaan yang menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss*

rate juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. *Survey* kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Kepuasan pelanggan dapat diukur dari enam konsep inti menurut Tjiptono (2016), yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan suatu jasa tertentu. Ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap jasa para pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan pelayanan atau keramahan staf pelayanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*)

Kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual jasa perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada *service quality* yang memiliki komponen berupa harapan konsumen akan pelayanan yang diberikan (seperti: Atmosfer tempat, kecepatan pelayanan, keramahan/kesopanan pengelola dan karyawan, dan sifat pertemanan dari karyawan).

4. Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*)

Minat beli ulang adalah kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk kebenak konsumen

sehingga dipersepsikan baik. Apabila dikemudian hari ketika mengalami gangguan kesehatan, maka rumah sakit tersebut akan menjadi referensi yang muncul pertama kali dibenak konsumen.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Kesiediaan untuk merekomendasi adalah kesiediaan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan itu konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.

6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Ketidakpuasan pelanggan adalah aspek-aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi; komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *recall*, *word of mouth negative*, *defections*.

Penerapan pola pelayanan yang tepat memerlukan pengetahuan mengenai beberapa perbedaan persepsi dan tanggapan pelanggan. Kriteria kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan, pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan pada pelanggan sesuai.

2.2.4. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Mangkunegara (2017) dalam menentukan kepuasan konsumen ada dua indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

1. Kinerja

Kinerja tinggi yang dihasilkan oleh karyawan akan membantu perusahaan dalam proses pencapaian tujuannya. Kinerja karyawan (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dengan kinerja yang lebih dapat memberikan kepuasan konsumen.

2. Harapan

Harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya.

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Pengukuran kepuasan konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan. Berikut ini adalah indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2016)

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasar produk atau jasa berdasar produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.
2. Konfirmasi harapan
Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
3. Minat pembelian ulang
Kepuasan pelanggan diukur berdasar perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
4. Kesiediaan untuk merekomendasi
Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.
5. Ketidakpuasan pelanggan
Ketidakpuasan pelanggan meliputi komplain, retur, biaya garansi, dan konsumen yang beralih ke pesaing

2.3. Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Service Quality merupakan salah satu konsep pelayanan perusahaan yang dapat diandalkan untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Kualitas pelayanan memiliki lima elemen utama, yaitu *Reliability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, and *Responsiveness*. Ketika kelima elemen ini terpenuhi, pelanggan akan mendapatkan apa yang disebut kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Setiawan, 2018). Menurut Batinggi dan Badu (2017) pelayanan merupakan suatu kegiatan atau

urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, Pelayanan merupakan salah satu upaya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal kecepatan menangani keluhan dan keramahan terhadap pelanggan.

Nasution (2017) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia pelayanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Yamit (2018) menyatakan ada beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan yaitu:

1. *Excellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh. Dalam melayani pelanggan, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan saat menggunakan jasa tersebut,
2. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar *output* pelayanan (jasa dan sistem). *Customer* merupakan sumber dari suatu organisasi dan alasan keberadaannya. Setiap organisasi harus memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, karena kesejahteraan, gaji dan pekerjaan tergantung pada *customer*.
3. *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan/atau pelayanan terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh perusahaan yang memberikan pelayanan
4. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa. *Quality* adalah total fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.
5. *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi. Indikator monitoring mencakup esensi aktivitas dan target yang ditetapkan pada perencanaan program pelayanan. Apabila *monitoring* dilakukan dengan baik akan bermanfaat dalam memastikan pelaksanaan kegiatan pelayanan sesuai pedoman dan perencanaan program pelayanan.
6. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara yang terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan pelanggan dan sistem kinerja cara pelayanan yang terbaik.

7. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat. Aspek kecepatan penyampaian layanan pasti menjadi dari semua tujuan perusahaan. *Delivery* menjadi salah satu faktor pendorong tingkat kepuasan pelanggan.

Dari berbagai definisi yang telah dijelaskan oleh para ahli bahwa dapat disimpulkan kualitas jasa/pelayanan sebagai suatu penawaran yang diberikan kepada pelanggan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta mengimbangi harapan pelanggan. Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2016) definisi kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika pelayanan diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan pelanggan, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten namun dinamis dengan mengikuti kebutuhan pelanggan.

Merujuk pada kedua definisi tersebut, maka yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah kesesuaian antara *expected service* dan *perceived service* yang dirasakan oleh pelanggan dari pihak pengelola jasa, termasuk dalam hal ini pihak Sentul Highlands Golf Club Kota Bogor.

2.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mempunyai beberapa dimensi, walaupun antara satu bidang dengan lainnya mempunyai sedikit perbedaan mengenai dimensi yang membentuk kualitas suatu jasa, namun beberapa penelitian menunjukkan adanya kesamaan atau kemiripan dalam dimensi yang melandasi terbentuknya suatu kualitas pelayanan.

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan meminta dipenuhi pelayanannya. Konsep kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas pelayanan "RATER" (*Responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*) (Parasuraman, 2017). Konsep kualitas pelayanan "RATER" intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima.

Adapun lima determinan dalam menentukan kualitas pelayanan yaitu:

1. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dimensi ini menunjukkan kemampuan lembaga untuk memberikan pelayanan secara akurat, handal, dan bertanggungjawab sesuai yang dijanjikan dan terpercaya. Kualitas pelayanan ini umumnya terlihat dalam kerja sehari-hari, misalnya jika pada kurun waktu tertentu frekuensi kesalahan semakin tinggi, hal ini akan memberikan indikasi kualitas pelayanan yang semakin menurun. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan dalam melayani pelanggan
2. *Responsiveness* (ketanggapan). Dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat. Tingkat kepekaan yang tinggi terhadap pelanggan perlu diikuti dengan tindakan yang tepat sesuai dengan kebutuhan tersebut. Setiap karyawan dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari karyawan untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif.
3. *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, atau jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopansantunan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggannya. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*). Bentuk layanan langsung layanan ini dalam *proactive marketing* biasanya disebut dengan kontak tatap muka atau melalui telepon hal ini menuntut petugas untuk melaksanakan tugasnya secara trampil sehingga dapat menumbuhkan kesan yang meyakinkan. Membekali diri dengan pengetahuan tentang produk dan melatih diri untuk melayani sebaik-baiknya merupakan tuntutan yang harus dipenuhi sebelum pelanggan melakukan kontak. Contohnya kepastian dalam pelayanan.
4. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu lembaga memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian bagi pelanggan. Bentuk perhatian terhadap pelanggan bermacam-macam sesuai dengan kondisi pelanggan dan situasi keadaan yang ada, adakalanya seorang

yang datang dengan perasaan yang kalut, marah-marah, atau *stress*. Seorang pemasar perlu memahami perasaan yang seperti itu agar dapat melakukan tindakan yang sesuai dengan kondisi psikologis pelanggan.

5. *Tangible* (berwujud) yaitu kemampuan suatu lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan karyawannya. Berkenan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan (Lumpiyadi dan Hamdani, 2017).

Sementara menurut Tjiptono (2016) untuk mengevaluasi dapat dilakukan dengan menilai 10 (sepuluh) dimensi, di bawah ini, yaitu:

1. *Reability*

Reability, mencakup dua pokok yaitu: konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Dalam hal ini perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*) dan memenuhi janjinya. Misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

2. *Responsiveness*

Responsiveness, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

3. *Competence*

Competence, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tersebut. Kompetensi (*Competence*) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.

4. *Access*

Access, yaitu meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi dan lain-lain.

5. *Cortesy*

Cortesy, yaitu meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki para *contact personel* (seperti resepsionis, operator telepon, dll). Sopan santun (*Courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopan-santunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

6. *Communication*

Communication artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. *Communication* juga berarti kemampuan untuk menjawab pertanyaan maupun keluhan dan pengaduan secara detail dari penyedia layanan kepada konsumen.

7. *Credibility*

Credibility, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, karakteristik pribadi *contact personel*, dan interaksi dengan pelanggan. Perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, *memberikan* kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.

8. *Security*

Security, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*). Pihak penyedia jasa harus melindungi informasi pribadi pelanggan dari bentuk penipuan dan pencurian serta jaminan dari keamanan informasi dari pengguna.

9. *Understanding/knowing the costumer*

Understanding/knowing the costumer, yaitu usaha untuk memahami pelanggan. Memahami pelanggan adalah kunci untuk memberikan pelayanan yang baik. Untuk memberikan layanan pelanggan yang baik, perusahaan harus memberikan apa yang dijanjikan. Memahami pelanggan mengharuskan untuk mengambil dengan melihat serius pada titik-titik di mana pelanggan memiliki kontak dengan bisnis perusahaan. Dapat termasuk pertemuan dan kunjungan, panggilan telepon, surat-menyurat dan pengiriman.

10. *Tangibles*

Tangibles, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas

fisik (gedung, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan karyawannya.

Inti dari konsep kualitas pelayanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dalam penelitian ini peneliti memilih indikator kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Lumpiyadi sebab jika diamati 10 (sepuluh) indikator yang dikemukakan oleh Tjiptono tersebut semuanya sudah masuk dalam 5 (lima) indikator yang dikemukakan oleh Lumpiyadi sehingga dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah indikator yang dikemukakan yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti langsung (*tangibles*).

2.3.3. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Beragam strategi pelayanan telah dikemukakan oleh berbagai pakar. Dimana beragam strategi tersebut dapat digunakan oleh para penyelenggara pelayan publik dalam memperbaiki kualitas pelayanannya guna meningkatkan kepuasan para pelanggan atau masyarakat yang menggunakan jasa pelayanannya. Strategi pelayanan adalah cara bagaimana menyikapi suatu keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi untuk mampu keluar dari keadaan tersebut. Solusi ataupun cara diambil berdasarkan kondisi kebutuhan dan mampu memberikan jalan terbaik dari keadaan yang terjadi. Strategi kadang identik dengan siasat untuk mengatasi masalah yang hadir, bukan sebaliknya.

1. Mengidentifikasi misi layanan/jasa

Perusahaan perlu berupaya memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dan pernyataan misi harus mencerminkan komitmen perusahaan. Oleh karena itu, langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengadakan riset pelayanan.

2. Mengelola harapan pelanggan

Tidak jarang suatu perusahaan berusaha melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan maupun calon pelanggan dengan maksud supaya mereka terpicat. Tetapi hal tersebut dapat menjadi bumerang bagi pelanggan, karena semakin banyak janji yang diberikan maka semakin besar pula harapan pelanggan. Untuk itu yang dapat dijadikan pedoman yaitu “jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan, tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan”.

3. Mengelola bukti kualitas jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah pelayanan diberikan. Oleh karena itu, pelayanan merupakan

kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan memperhatikan bukti langsung yang berkaitan dengan pelayanan sebagai bukti kualitas.

4. Menindaklanjuti pelayanan

Penindaklanjutan pelayanan diperlukan dalam rangka menyempurnakan atau memperbaiki aspek-aspek pelayanan yang memuaskan dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah berjalan. Dalam rangka itu, perusahaan perlu berinisiatif untuk menghubungi sebagian pelanggan guna mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang mereka terima (Devrye, 2017).

2.4. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.4.1. Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Pada bagaian ini peneliti mencamtumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang terkait:

Tabel 2.1.
Penelitian Sebelumnya

No	Penulis, Judul & Tahun	Variabel	Metode	Persamaan dan perbedaan	Hasil
1	Linda Destiani (2022) Analisis Mutu Layanan Terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Intervensi Pada Emerald Golf Club	- <i>Tangible</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Reliability</i> - <i>Assurance</i> - <i>Empathy</i>	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan: - Penggunaan metode analisis regresi - Variabel Perbedaan: - Objek - Waktu	Hasil kajian ini menunjukkan bahwa mutu layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, kepuasan pengunjung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung, mutu layanan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pengunjung, dan mutu layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervensi pada Emerald Golf Club.
2	Nilasari L (2022) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Adhya Mahkota Golf Sukajadi Batam.	- Harga - Kualitas Pelayanan - Kepuasan Pelanggan	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan: - Penggunaan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan - Teknik Pengumpulan data menggunakan kuesioner - Variabel Perbedaan: - Objek - Waktu	Ada pengaruh variabel harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dapat ditunjukkan pada pengujian sebelumnya yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 5,889 > 1,97569 t_{tabel}$ dan signifikan 0,000

No	Penulis, Judul & Tahun	Variabel	Metode	Persamaan dan perbedaan	Hasil
3	Steven Yones Kawatak. (2023). Persepsi Kepuasan Tamu terhadap Kualitas Pelayanan Paradise Hotel Golf And Resort Likupang	- Kepuasan Tamu - Kualitas Pelayanan	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan: - Penggunaan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Pengumpulan data - Variabel yang digunakan yaitu kuesioner Perbedaan: - Objek penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden sudah merasa sangat puas terhadap Dimensi Bukti Fisik dan Kepastian serta merasa puas dengan Dimensi Keandalan, Daya Tanggap, dan Empati. Secara keseluruhan, responden berpersepsi puas terhadap kualitas pelayanan yang disediakan oleh Paradise Hotel Golf and Resort.
4	Niveen M. El Saghier (2016) <i>Managing Service Quality: Dimensions of service quality: a study in Egypt</i>	<i>Service Quality</i> - <i>Tangible</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Empathy</i>	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan: - Teknik Pengumpulan data yaitu kuesioner Perbedaan: - Objek - Waktu - Lingkup variabel yang lebih kecil	Persepsi pelanggan tentang dimensi kualitas pelayanan seperti "daya tanggap", "keandalan", dan "empati" berkontribusi untuk membangun kepuasan mereka daripada "empati" dan "jaminan". Menariknya, persepsi yang disukai tentang daya tanggap memprediksi kepuasan yang relatif lebih kuat daripada keandalan dan empati persepsi.

No	Penulis, Judul & Tahun	Variabel	Metode	Persamaan dan perbedaan	Hasil
5	I Made Sura Ambara Jaya (2019) Penerapan Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Golf Pada Nirwana Bali Golf Club	Pelayanan Prima 1. Bukti langsung 2. Keandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati Kepuasan Konsumen	Deskriptif Kualitatif	Persamaan: - Penggunaan variabel pelayanan dan kepuasan Perbedaan: - Jenis penelitian - Metode pengumpulan data	Hasil penelitian menunjukkan <i>customer service</i> di Nirwana Bali Golf Club, mengutamakan penampilan yang sesuai dengan standar perusahaan dan pengetahuan tentang produk perusahaan dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen. Dimensi pokok pelayanan prima sangatlah memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan prima terhadap konsumen di Nirwana Bali Golf Club dan juga berpengaruh untuk menjaga citra perusahaan dan mempertahankan agar perusahaan tetap eksis dalam persaingan dengan para kompetitor lainnya. Pelayanan prima sudah diterapkan dengan baik oleh Nirwana Bali golf club, terbukti dengan adanya beberapa comment yang positif yang diberikan oleh konsumen, adanya beberapa penghargaan yang telah diraih, dan adanya repeater guest yang bermain di Nirwana Bali Golf Club.
6	Nilasari (2022) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Adhya Mahkota Golf Sukajadi Batam	- Harga - Kualitas Pelayanan - Kepuasan Pelanggan	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan: - Variabel Kualitas Pelayanan - Variabel Kepuasan Pelanggan - Teknik Pengumpulan data Perbedaan: - Objek penelitian	Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan thitung $6,779 > t_{tabel} 1,97569$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ positif dan signifikan. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) kepuasan pelanggan (Y), dapat dibuktikan pada uji t dimana menunjukkan thitung $5,889 > t_{tabel} 1,97569$ dan signifikan $0,000 < 0,05$ positif dan signifikan. Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap

No	Penulis, Judul & Tahun	Variabel	Metode	Persamaan dan perbedaan	Hasil
					kepuasan konsumen (Y) dengan Fhitung 366,197 > Ftabel 3,05 dan nilai signifikan pada 0,000 < 0,05 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
7	Sri Utami, (2017) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klub Golf Bogor Raya	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan - Citra Perusahaan - Kepuasan Pelanggan 	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Variabel Kualitas Pelayanan - Variabel Kepuasan Pelanggan - Teknik Pengumpulan data menggunakan kuesioner Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian 	Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan kelinearan searah yang cukup kuat antara kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2) secara bersama-sama dengan kepuasan pelanggan (Y). Koefisien determinasi (KD) antara variabel kualitas pelayanan dan variabel citra perusahaan (X2) secara bersama-sama dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 34,6%, arti kontribusi variabel kualitas pelayanan (X1) dan citra perusahaan (X2) secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 34,6%, selebihnya 65,4% ditentukan oleh variabel lain
8	Hariyanta (2017) Meningkatkan Kualitas Pelayanan Padang Golf Melalui Sistem Imbalan Yang Memuaskan Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan - Imbalan Yang Memuaskan 	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Variabel Kualitas Pelayanan - Teknik Pengumpulan data Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepemimpinan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja di Sentul Highlands Golf Club, sehingga dapat diartikan bahwa kepemimpinan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan di Sentul Highlands Golf Club. Namun demikian kepuasan kerja karyawan caddy di Sentul Highlands Golf Club tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan

No	Penulis, Judul & Tahun	Variabel	Metode	Persamaan dan perbedaan	Hasil
8	Suparto (2018) Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Restoran Bukit Darmo Golf Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tangible</i> - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Empathy</i> - Kepuasan Konsumen 	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Variabel Kualitas Pelayanan - Teknik Pengumpulan data melalui kuesioner Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian 	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen restoran Bukit Darmo Golf Surabaya. Dimensi jasa (layanan restoran) yang digunakan dalam penelitian ini adalah; <i>Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty</i> dan <i>Tangibles</i> . Dengan menggunakan metode Analisa Regresi Linear Berganda didapatkan hasil bahwa dimensi <i>Reliability</i> dan <i>Responsiveness</i> di restoran Bukit Darmo Golf Surabaya mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen restoran. Baik secara uji serempak dan uji parsial kelima dimensi tersebut, yaitu; <i>tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan emphaty</i> berpengaruh terhadap kepuasan konsumen restoran (Y).
9	Atiyah (2018) Pengaruh Fasilitas Lapangan Golf terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Palembang Golf Club	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas lapangan golf - Kepuasan Pelangga 	Deskriptif Kuantitatif	Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Variabel kepuasan pelanggan - Teknik Pengumpulan data melalui kuesioner Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen fasilitas lapangan Golf berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Palembang Golf Club. Ini terbukti dengan hasil analisis yang menunjukkan nilai thitung sebesar 6,268. Ini berarti bahwa semua nilai thitung variabel independen lebih besar dari nilai ttabel yaitu sebesar 2,017 dengan hipotesis H0 ditolak dan H1 diterima.

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu di atas yang menjadi acuan dalam penelitian ini yaitu penelitian I Made Sura Ambara Jaya (2019) dengan judul Penerapan Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Golf Pada Nirwana Bali Golf Club. Persamaan terletak pada variabel yang dibahas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek dan sampel penelitian sehingga analisis dan hasilnya akan berbeda dengan penelitian sebelumnya.

2.4.2 Kerangka Pemikiran

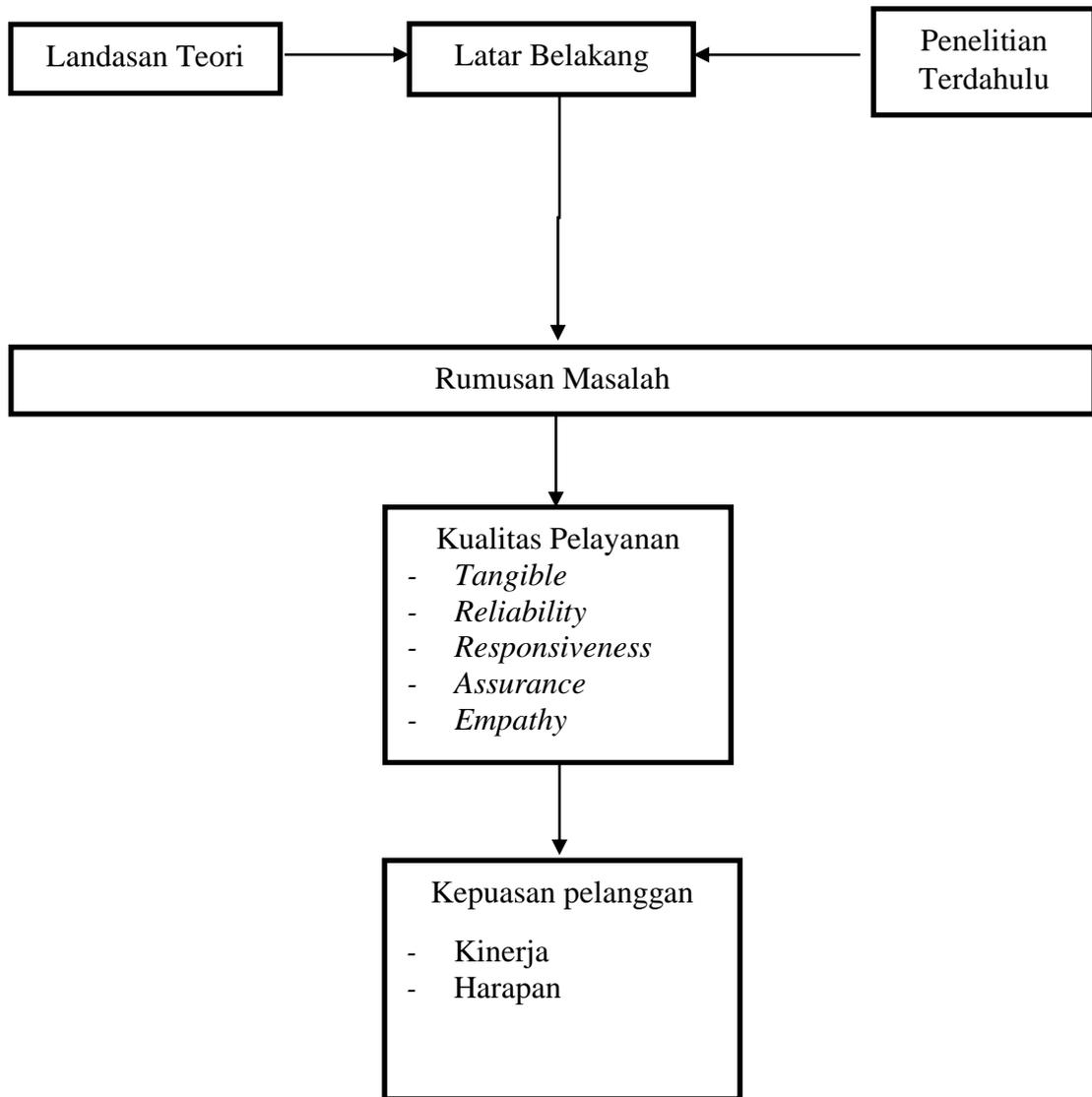
Meningkatnya tuntutan pelanggan terhadap pelayanan yang berkualitas dan persaingan antara perusahaan memaksa perusahaan melakukan upaya-upaya khusus melalui peningkatan kualitas pelayanan agar memiliki keunggulan bersaing. Pengukuran kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan, maka perusahaan harus menilai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan penting yang berusaha perusahaan bangun dalam skala hubungan jangka panjang. Hal ini dianggap sebagai prioritas utama. Dalam konteks industri pariwisata dan olahraga di mana kontak dengan pelanggan merupakan salah satu proses bisnis inti, kepuasan pelanggan menjadi kunci sukses (Belas dan Gabcova, 2016). Salah satu komponen utama dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah kesan pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan digambarkan sebagai konsekuensi dari korelasi keinginan dan pelaksanaan yang jelas dari kualitas pelayanan. Sesuai konseptualisasi ini, kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bukti yang membantu hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan (Yee, Yeung, dan Cheng, 2016).

Untuk mencapai pemahaman dasar tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club, peneliti akan mencoba membangun kerangka teori, yang memuat 5 faktor yaitu analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club seperti sebagai: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*. Kualitas pelayanan merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para pelanggan atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (*expected service*). Ketidaksesuaian *perceived service* atas *expected services*.

Penelitian yang dilakukan Amadhea (2022) menyimpulkan secara keseluruhan nilai yang diberikan oleh responden untuk kualitas pelayanan ini sangat baik dan konsumen merasa sangat puas pada pelayanan jasa yang diberikan oleh PT Lintas Nusantara Perdana.

Berdasarkan landasan teori yang ada, maka penulis dapat mengemukakan konstelasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif *eksploratif* dengan teknik penelitian studi kasus yaitu untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor.

3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Obyek penelitiannya adalah kualitas pelayanan sebagai variabel independen dengan sub variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*. Kepuasan pelanggan sebagai indikator dependen dengan indikator kinerja dan harapan.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian bersifat individual yaitu peneliti mendapatkan data dari pelanggan Sentul Highlands Golf Club.

Lokasi penelitian yang dilakukan penulis yaitu pada pelanggan Sentul Highlands Golf Club yang berlokasi di Cijayanti, Kec. Babakan Madang, Bogor, Jawa Barat 16810.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Data Penelitian

1. Data Kualitatif

Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek penelitian.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

3.3.2 Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli ataupun pertama. Data yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Sentul Highlands Golf Club.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan obyek yang akan diteliti pada penelitian ini. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data ini mendukung

pembahasan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang diperoleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian ini.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1.
Operasional Variabel
Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan	<i>Tangible</i>	Lokasi Sentul Highlands Golf Club strategis
		Peralatan dan fasilitas memadai
		Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih
	<i>Reliability</i>	Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan
		Sentul Highlands Golf Club memiliki Kotak saran penilaian setelah selesai kegiatan golf
		Lokasi Rumah Sakit hanya 5 menit
	<i>Responsiveness</i>	Terdapat Sirene tanda darurat untuk pemberitahuan baik untuk cuaca dan kondisi tertentu
		Customer Service Hotline yang ada di setiap kendaraan golf
		Pengawasan di lapangan dilakukan disetiap hole
	<i>Assurance</i>	Semua kegiatan di lapangan diasuransikan
		Dalam kondisi cuaca hujan dan petir pemain boleh melanjutkan di lain waktu tanpa biaya tambahan
		Karyawan Sentul Highlands Golf Club harus memberi salam dan ramah kepada tamu
	<i>Empathy</i>	Rutin Melaksanakan Acara Kegiatan Sosial
		Sentul Highlands Golf Club mengundang publik figur
		Sentul Highlands Golf Club Rutin Melaksanakan Turnamen Series
Kepuasan Pelanggan	Kinerja	Peningkatan pelayanan untuk pelanggan Sentul Highlands Golf Club
		Totalitas Fasilitas dan Pelayanan selalu diutamakan
		Pendaftaran Via Tour And Travel
	Harapan	Pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan
		Promo tiap bulan
		Informasi Melalui Media Sosial

3.5. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atau objek subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dikaji dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Sentul Highlands Golf Club. Pelanggan Sentul Highlands Golf Club memiliki jumlah yang tidak bisa diperkirakan. Oleh karena itu penelitian memutuskan untuk menggunakan teknik sampel non probabilitas. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016).

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi, sebagian atau proksi populasi yang akurat (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba dalam bukunya Sugiyono (2016) menggunakan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4 + (M_{oe})^2}$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam menentukan sampel 90% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi di sini ditetapkan sebesar 10%

Dengan rumus tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4 + (0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi sebanyak 96,04 orang dibulatkan 100 responden untuk memudahkan dalam analisis data.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun pengumpulan data primer dilakukan dengan cara:

1. Data Primer

a. Kuesioner

Kuesioner yaitu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan yang disampaikan kepada responden secara tertulis. Peneliti akan membagikan kuesioner kepada pelanggan Sentul Highlands Golf Club. Pengumpulan data kuesioner yang masuk akan diolah kemudian dilakukan

pengukuran data dengan pembobotan. Data kuesioner menggunakan Skala Likert yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.

b. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu berupa dokumen-dokumen atau literatur-literatur dari buku, internet, surat kabar, jurnal dan lain sebagainya. Data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakannya sebagian/seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

3.7. Uji Kualitas Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan untuk mengetahui hasil penelitian yang valid dan reliabel, maka diperlukan instrumen yang valid dan reliable. Instrumen ini menggunakan tata cara scoring berbentuk skala kontinum sehingga penentuan validitasnya menggunakan koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson. Tingkat kesalahan $\alpha = 0.05$, yang mana butir pernyataan dinyatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , dan butir pernyataan dinyatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} . Berikut adalah rumus untuk mengetahui kuesioner yang digunakan sudah valid dengan menggunakan rumus *product moment pearson*:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Nilai koefisien validitas
- X = Skor pertanyaan pertama
- Y = Total skor
- XY = Skor pertanyaan pertama dikalikan total skor
- N = Jumlah responden (Sugiyono, 2016)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian dikatakan memiliki tingkat reliabilitas tinggi jika pada saat digunakan untuk mengukur beberapa kali dan hasilnya sama atau relatif sama. Formula yang digunakan untuk mengukur konsistensi dari instrumen kepuasan pelanggan sebagai alat ukur adalah koefisien *Alfa* dari *Cronbach* yang menghitung nilai varian yang sah atau valid. Instrumen akan dinilai reliabel jika memiliki koefisien $\geq 0,60$. Berikut rumus uji reliabilitas (Sugiyono, 2016):

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} : Reliabilitas data
 k : Banyaknya pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir pertanyaan
 σ_t^2 : Varian total

3.8. Metode Analisis Data

Data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan dianalisis sehingga dapat digunakan untuk menginterpretasikan, dan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji uji validitas, uji reliabilitas dan korelasi *Product Moment* dari Pearson dengan menggunakan IBM SPSS versi 24.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.

Data yang diperoleh dari responden adalah data kualitatif, kemudian untuk keperluan analisis kuantitatif, ditentukan skor yang dimodifikasi pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2 Skala Likert

Pilihan	Inisial	Skala
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RR	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, 2016

- Untuk jawaban (a) dengan kriteria sangat setuju diberi skor 5
- Untuk jawaban (b) dengan kriteria setuju diberi skor 4
- Untuk jawaban (c) dengan kriteria ragu-ragu diberi skor 3
- Untuk jawaban (d) dengan kriteria tidak setuju diberi skor 2
- Untuk jawaban (e) dengan kriteria sangat tidak setuju diberi skor 1

Total dari nilai jawaban setiap butir pertanyaan kemudian dibuatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total responden dengan rumus sebagai berikut:

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

SST	S	KS	TS	STS
-----	---	----	----	-----

Sumber: Sugiyono, 2016

Setelah diketahui tanggapan total responden, maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata indeks kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club. Adapun nilai rata-rata indeks kepuasan adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai rata-rata} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Jumlah Item Pernyataan Kepuasan Pelanggan}}$$

3.8.2 Tabulasi

Tabulasi merupakan langkah lanjut setelah pemeriksaan dan pemberian kode. Dalam tahap ini data disusun dalam bentuk tabel agar lebih mempermudah dalam menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian. Tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel frekuensi yang dinyatakan dalam persen dengan rumus:

$$\text{Tingkat Kesesuaian} = \frac{\text{Tingkat kinerja dibagi}}{\text{Tingkat harapan}} \times 100\%$$

Keterangan:

Jika tingkat kesesuaian > 100 artinya puas

Jika tingkat kesesuaian < 100 artinya tidak puas

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Singkat Perusahaan

Sentul Highlans Golf Club merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan (*hospitality industry*). Sentul Highlands Golf Club mengusung *tagline* “*The Golfers Paradise*”. Lapangan ini tidak main-main dengan *tagline* tersebut karena Sentul Highlands Golf Club memang surga bagi para pegolf yang bermain di sini berkat tantangan dan pemandangan apik yang terbentang di sepanjang 18 *hole*-nya. Berlokasi di area perumahan daerah pegunungan Bogor, Sentul Highlands Golf Club didesain oleh pemain legendaris Gary Player. Lapangan yang berdiri di atas lahan seluas 85,4 hektar dan memiliki panjang sekitar 6.538 meter dari *tee championship* ini sukses memanfaatkan lahan berbukit dengan pepohonan lokal alami untuk menciptakan lapangan kelas dunia. Resmi dibuka pada 17 Mei 1997, Sentul Highlands Golf Club beroperasi Senin hingga Minggu, mulai pukul 05:00 AM hingga 07:00 PM. Untuk mencapai lapangan ini hanya dibutuhkan waktu sekitar 45 menit dari Jakarta melalui tol Jagorawi dan keluar di Sentul *City*.

Sentul Highlands Golf Club memiliki desain artistik dengan dimana batu-batu alami di setiap *fairway* melengkapi keindahan dan memberikan tantangan bagi para pegolf. Lapangan ini memiliki 5 *tee box* sehingga para pegolf dari berbagai level kemampuan bisa menyesuaikan dari mana mereka harus memulai putaran mereka. Pukulan *tee* di sepanjang *hole* bisa sangat *tricky*, namun dibutuhkan ketepatan plus kehati-hatian untuk bisa mendaratkan bola di *area fairway* yang ketat. *Hole* lima yang merupakan par 4 panjang, merupakan *hole* tersulit dengan *handicap index* 1. Di *hole* ini, pegolf bisa memulai pukulan dari *tee* yang berada di atas bukit. Dibutuhkan *drive* panjang penuh percaya diri untuk bisa memposisikan bola di sebelah kanan *fairway*. *Bunker* yang menjaga sisi depan green membuat pegolf punya dua pilihan club ekstra dari reguler yardage mereka untuk bisa mencapai green yang sempit dan bertingkat di sana.

Sentul Highlands yang menyandang predikat sebagai lapangan publik ini memiliki fasilitas dan pelayanan bintang lima. *Driving range* Sentul Highlands Golf Club memiliki fitur unik selain area *putting practice* yang ada di sini. *Driving Range* menyediakan tiga *hole* yang terdiri atas dua par 3 dan satu par 4. Di *hole* ini pegolf pemula bisa melatih permainan mereka dan mendapatkan rasa percaya diri sebelum memainkan 18 *hole* penuh. Ruang ganti di lapangan ini juga sangat luas dan memiliki *ambiance* modern yang nyaman. Jika ingin lebih *private*, tersedia 4 VIP *room* yang nyaman dengan pemandangan lapangan golf. Masih ada fasilitas spa yang menyediakan beragam pelayanan *massage*. Restoran di Sentul Highlands Golf Club menyediakan makanan dan minuman dengan beragam menu lokal dan internasional, tapi jangan lupa untuk mencicipi masakan Sunda yang luar biasa.

Masih dalam area Sentul Highlands Golf Club, terdapat kolam renang yang bisa digunakan baik oleh pegolf maupun keluarga saat pegolf berada di lapangan. *Pro shop* di Sentul Highlands Golf Club menyediakan beragam perlengkapan dan aksesoris dari *brand* ternama. Bagi pegolf yang tidak membawa stick golf, rental golf club disediakan oleh Golf Department Sentul Highlands Golf Club (Sentulhighlands.com, 2023).

4.2. Profil Responden

Profil responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 (empat) kriteria yaitu: jenis kelamin, dan usia. Berikut hasil data profil responden pegawai.

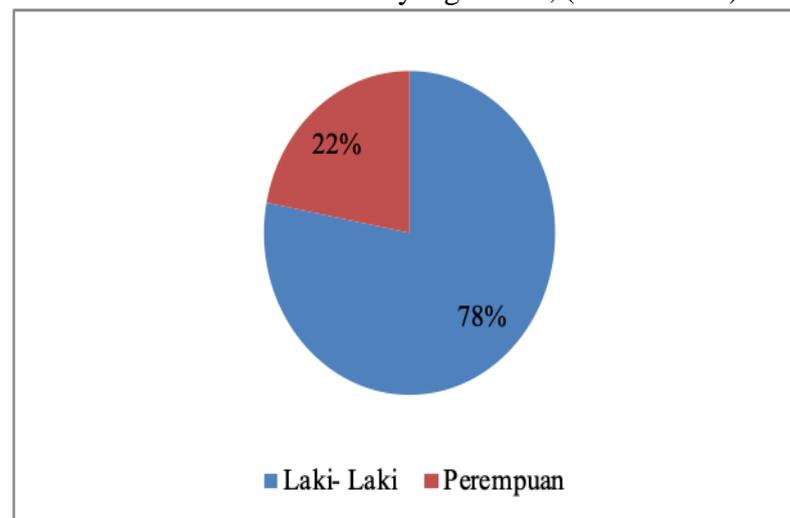
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki- Laki	78	78
Perempuan	22	22
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)



Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut perolehan hasil data yang ada pada kuesioner, jumlah responden yang diteliti berdasarkan jenis kelamin secara keseluruhan berjumlah 100 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini, jumlah yang terbesar adalah laki-laki sebanyak 78 orang (78%) dan jumlah yang terendah perempuan sebanyak 22 orang (22%).

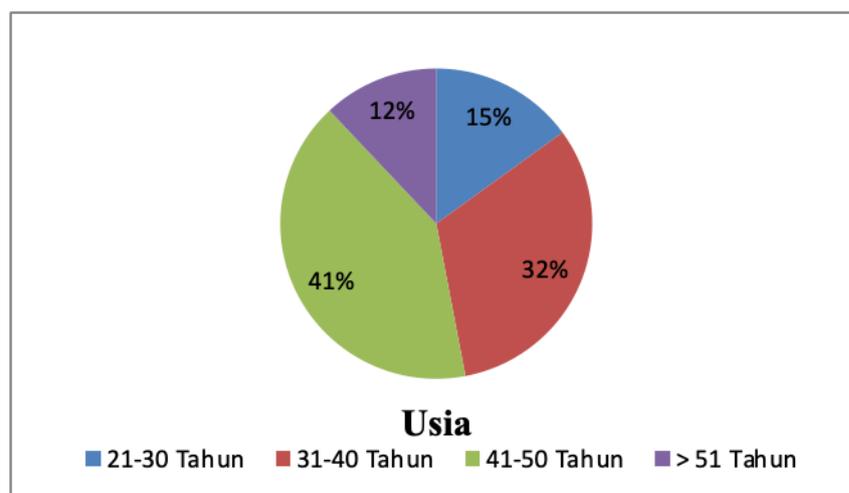
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
21-30 Tahun	15	15
31-40 Tahun	32	32
41-50 Tahun	41	41
> 51 Tahun	12	12
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)



Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan rentang usia dalam jumlah terbesar adalah 41 – 50 tahun adalah sebanyak 41 orang (41%), kemudian untuk responden jumlah terendah adalah lebih dari 50 tahun sebanyak 12 orang (12%). Jadi, dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan Sentul Highland Golf pada penelitian ini, mayoritas didominasi oleh responden yang memiliki rentang usia 30–40 tahun.

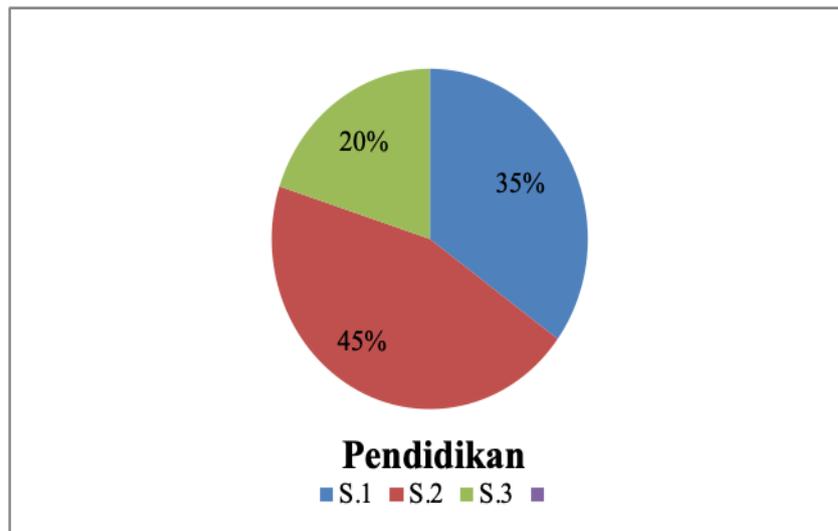
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
S.1	35	35
S.2	45	45
S.3	20	20
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)



Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan tingkat pendidikan terbanyak adalah S.2 sebanyak 45 orang (45%), kemudian untuk responden dengan tingkat pendidikan S.1 sebanyak 35 orang (35%), dan untuk responden dengan tingkat pendidikan S.3 sebanyak 20 orang (20%). Jadi, dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan Sentul Highland Golf pada penelitian ini, mayoritas didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan S.2.

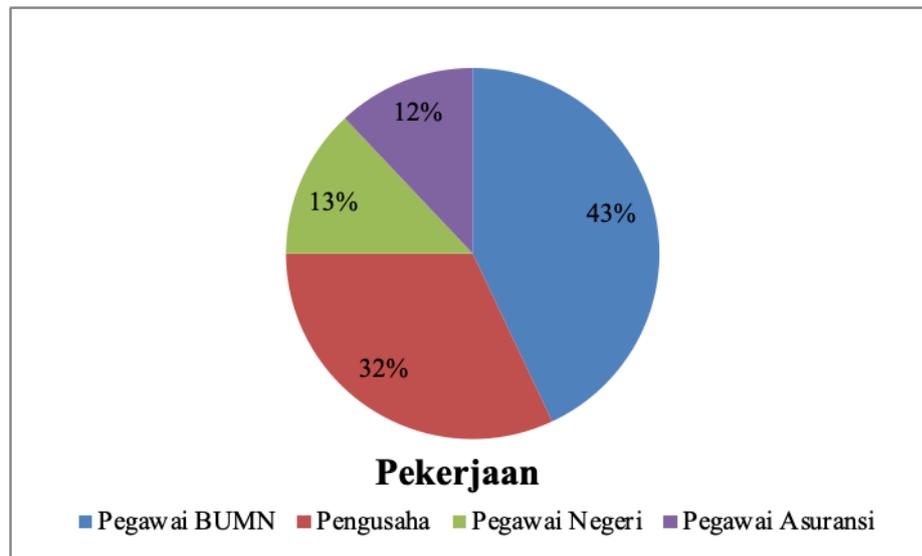
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pegawai BUMN	43	43
Pengusaha	32	32
Pegawai Negeri	13	13
Pegawai Asuransi	12	12
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)



Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan pekerjaan terbanyak adalah pegawai BUMN sebanyak 43 orang (43%), kemudian untuk responden dengan pekerjaan pengusaha sebanyak 32 orang (32%), untuk responden dengan pekerjaan pegawai negeri sebanyak 13 orang (13%), untuk responden dengan pekerjaan pegawai asuransi sebanyak 12 orang (12%). Jadi, dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan Sentul Highland Golf pada penelitian ini, mayoritas didominasi oleh responden dengan pekerjaan pegawai BUMN.

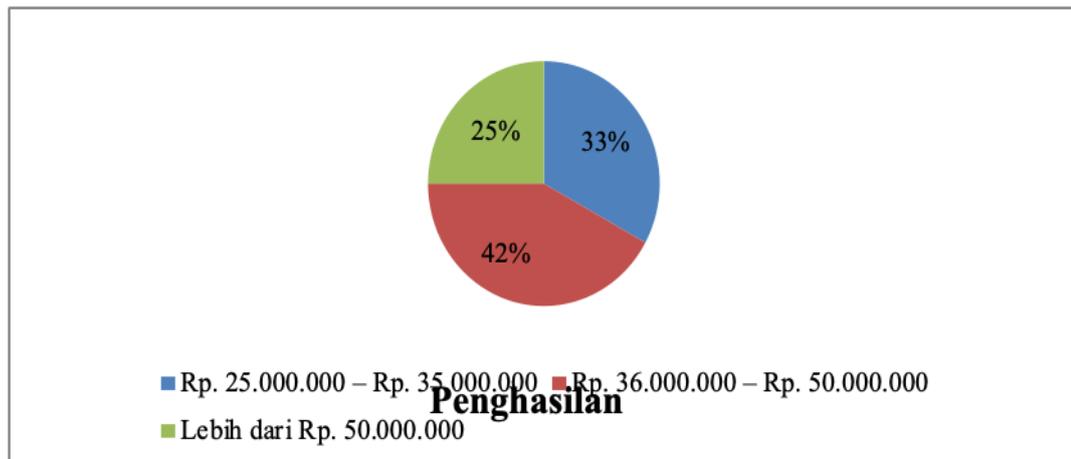
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
Rp. 25.000.000 – Rp. 35.000.000	33	33
Rp. 36.000.000 – Rp. 50.000.000	42	42
Lebih dari Rp. 50.000.000	25	25
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)

Sumber: Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)



Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan penghasilan Rp. 25.000.000 – Rp. 35.000.000 sebanyak 33 orang (33%), kemudian untuk responden dengan Rp. 36.000.000 – Rp. 50.000.000 sebanyak 42 orang (42%), untuk responden dengan penghasilan Lebih dari Rp. 50.000.000 sebanyak 25 orang (25%). Jadi, dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan Sentul Highland Golf pada penelitian ini, mayoritas didominasi oleh responden dengan penghasilan Rp. 36.000.000 – Rp. 50.000.000 .

4.3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.3.1. Variabel Kualitas Pelayanan

Setelah diisi oleh responden dan terkumpul kembali, selanjutnya menentukan validitas berdasarkan koefisien korelasi *product moment* dari Karl Person, dengan hasil uji pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Butir/Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket	Kesimpulan
1	Pernyataan 1	0.631	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Pernyataan 2	0.752	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Pernyataan 3	0.701	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Pernyataan 4	0.640	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Pernyataan 5	0.660	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Pernyataan 6	0.310	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak
7	Pernyataan 7	0.690	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Pernyataan 8	-0.048	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak
9	Pernyataan 9	0.689	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	Pernyataan 10	0.665	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	Pernyataan 11	0.651	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

No	Butir/Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket	Kesimpulan
12	Pernyataan 12	0.673	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	Pernyataan 13	0.683	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	Pernyataan 14	0.741	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	Pernyataan 15	0.337	0,361	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian, 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil nilai skor butir dengan nilai skor total. Nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% dengan uji dua sisi $n = 30$, maka r_{tabel} dapat ditentukan dari $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$. Nilai r_{tabel} dari 28 adalah sebesar 0.361. Berdasarkan nilai analisis tersebut terdiri dari 15 pernyataan, terdapat tiga pernyataan tidak valid karena nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ yaitu nomor pernyataan 6,8,15. Selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas dengan hasil yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	12

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Dari hasil analisis yang terdapat pada tabel diatas maka didapatkan nilai Alpha sebesar 0,905, ketentuan data dikatakan handal apabila *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, karena $0,905 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut reliabel.

4.3.2. Variabel Kepuasan Pelanggan

Setelah diisi oleh responden dan terkumpul kembali, selanjutnya menentukan validitas berdasarkan koefisien korelasi *product moment* dari Karl Person, dengan hasil uji pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Butir/Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket	Kesimpulan
1	Pernyataan 1	0.771	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Pernyataan 2	0.843	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Pernyataan 3	0.818	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Pernyataan 4	0.730	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Pernyataan 5	0.738	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Pernyataan 6	0.762	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil nilai skor butir dengan nilai

skor total. Nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% dengan uji dua sisi $n = 30$, maka r_{tabel} dapat ditentukan dari $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$. Nilai r_{tabel} dari 28 adalah sebesar 0.361. Berdasarkan nilai analisis tersebut terdiri dari 6 pernyataan dapat dinyatakan semua butir pernyataan valid. Selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas dengan hasil yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.861	6

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Dari hasil analisis yang terdapat pada tabel diatas maka didapatkan nilai Alpha sebesar 0,861, ketentuan data dikatakan handal apabila *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, karena $0,861 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut reliabel.

4.4. Analisis Data

4.4.1. Kualitas Pelayanan

Untuk pengukuran variabel kualitas pelayanan digunakan pendapat responden dengan menggunakan tiga lima menurut teorinya Lumpiyadi dan Hamdani, (2017), antara lain:

1. *Tangible* (berwujud)

- a. Lokasi Sentul Highlands Golf Club strategis.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.10. Lokasi Sentul Highlands Golf Club strategis

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	3	3	6
Ragu-ragu	3	10	10	30
Setuju	4	53	53	212
Sangat Setuju	5	34	34	170
Total		100	100%	418

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan n item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{418}{5 \times 100} \times 100\% = 84\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Lokasi Sentul Highlands Golf Club strategis menunjukkan 84% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju, artinya responden menyatakan lokasi sentul highlands golf club sangat strategis. Lokasi memiliki fungsi yang strategis karena dapat mencapai tujuan perusahaan dan dengan letak lokasi yang strategis akan memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasa Sentul Highlands Golf Club.

- b. Peralatan dan fasilitas di Sentul Highlands Golf Club memadai.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.11. Peralatan dan fasilitas di Sentul Highlands Golf Club memadai

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4	8
Ragu-ragu	3	14	14	42
Setuju	4	49	49	196
Sangat Setuju	5	33	33	165
Total		100	100%	411

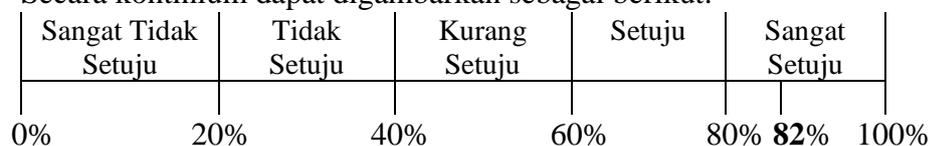
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{411}{5 \times 100} \times 100\% = 82\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Peralatan dan fasilitas di Sentul Highlands Golf Club memadai menunjukkan 82% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju, artinya responden menyatakan Peralatan dan fasilitas di Sentul Highlands Golf Club sangat memadai. Hal ini berarti peralatan dan fasilitas yang memadai memberikan kenyamanan pemain golf. Sentul Highlands Golf Club mampu menyediakan peralatan yang ada sesuai dengan kebutuhan dan keperluan yang digunakan dengan baik oleh pelanggan.

- c. Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.12. Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Ragu-ragu	3	2	2	6
Setuju	4	67	67	268
Sangat Setuju	5	31	31	155
Total		100	100%	429

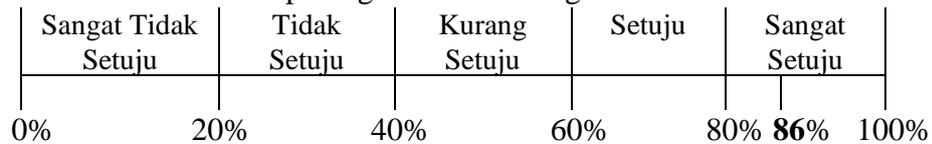
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{429}{5 \times 100} \times 100\% = 86\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih menunjukkan 86% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju, artinya lingkungan Sentul Highlands Golf Club yang bersih bisa memberikan kenyamanan pemain golf. Kenyamanan sangatlah penting bagi pelanggan agar bisa bermain secara optimal. Lingkungan Sentul Highlands Golf Club yang nyaman dan bersih dapat tercipta kepuasan pelanggan.

2. *Reliability* (keandalan)

- a. Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.13. Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4	8
Ragu-ragu	3	14	14	42
Setuju	4	54	54	216
Sangat Setuju	5	28	28	140
Total		100	100%	406

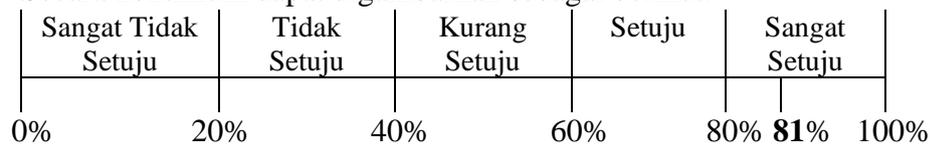
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{406}{5 \times 100} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Hal ini dilihat dari kecakapan dan kemampuan karyawan Sentul Highlands Golf Club dalam memberikan pelayanan. Dengan melakukan pelatihan, para karyawan dapat memiliki pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan sesuai dengan pekerjaan yang mereka lakukan. Oleh karena itu, pelatihan dan kecakapan karyawan menjadi hal yang penting untuk dilakukan.

- b. Sentul Highlands Golf Club memiliki Kotak saran penilaian setelah selesai kegiatan golf.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.14. Sentul Highlands Golf Club memiliki Kotak saran penilaian setelah selesai kegiatan golf

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Ragu-ragu	3	14	14	42
Setuju	4	67	67	268
Sangat Setuju	5	19	19	95
Total		100	100%	405

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{405}{5 \times 100} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Sentul Highlands Golf Club memiliki kotak saran penilaian setelah selesai kegiatan golf menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Kotak saran merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai yang diharapkan pelanggan. Adanya kotak saran akan sangat membantu bagi perusahaan saat gagal atau berhasil memenuhi harapan pelanggan.

3. Responsiveness (ketanggapan)

- a. Terdapat Sirene tanda darurat untuk pemberitahuan baik untuk cuaca dan kondisi tertentu.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.15. Terdapat Sirene tanda darurat untuk pemberitahuan baik untuk cuaca dan kondisi tertentu

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	1	1	2
Ragu-ragu	3	11	11	33
Setuju	4	50	50	200
Sangat Setuju	5	38	38	190
Total		100	100%	425

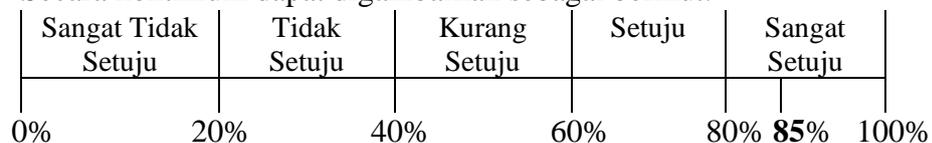
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{425}{5 \times 100} \times 100\% = 85\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Terdapat Sirene tanda darurat untuk pemberitahuan baik untuk cuaca dan kondisi tertentu menunjukkan 85% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Sirene darurat ini sangat penting untuk memperingatkan pemain golf maupun karyawan Sentul Highlands Golf Club dalam keadaan tertentu dan merupakan salah satu bentuk layanan yang diberikan Sentul Highlands Golf Club.

- b. Pengawasan di semua lingkungan Sentul Highland Golf Club.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.16. Pengawasan di lapangan dilakukan disetiap hole

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	5	5	10
Ragu-ragu	3	17	17	51
Setuju	4	47	47	188
Sangat Setuju	5	31	31	155
Total		100	100%	404

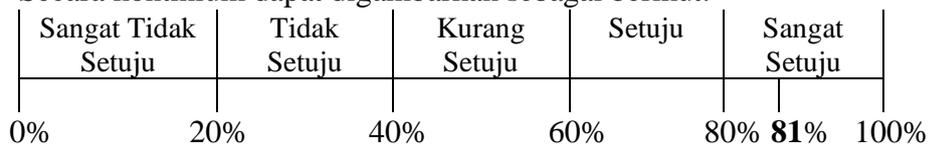
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{404}{5 \times 100} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan pengawasan di lapangan dilakukan di setiap hole menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Pengawasan sangat penting khususnya ketika ada turnamen Golf. Pengawasan ini merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan Sentul Highlands Golf Club.

4. Assurance (jaminan dan kepastian)

- a. Semua kegiatan di lapangan di asuransikan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.17. Semua kegiatan di lapangan di asuransikan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Ragu-ragu	3	11	11	33
Setuju	4	61	61	244
Sangat Setuju	5	28	28	140
Total		100	100%	417

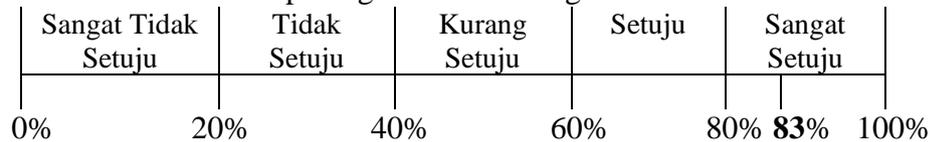
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{417}{5 \times 100} \times 100\% = 83\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Semua kegiatan di lapangan di asuransikan menunjukkan 83% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik, artinya responden menyatakan semua kegiatan di lapangan diasuransikan. Hal ini dilakukan untuk memberikan jaminan kepada pelanggan.

- b. Dalam kondisi cuaca hujan dan petir pemain boleh melanjutkan di lain waktu tanpa biaya tambahan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.18. Dalam kondisi cuaca hujan dan petir pemain boleh melanjutkan di lain waktu tanpa biaya tambahan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4	8
Ragu-ragu	3	13	13	39
Setuju	4	51	51	204
Sangat Setuju	5	32	32	160
Total		100	100%	411

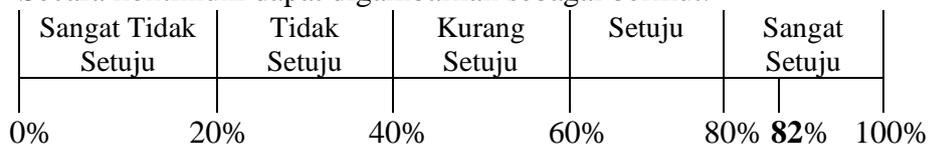
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{411}{5 \times 100} \times 100\% = 82\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan dalam kondisi cuaca hujan dan petir pemain boleh melanjutkan di lain waktu tanpa biaya tambahan menunjukkan 82% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Sentul Highlands Golf Club menerapkan strategi agar pelanggan tidak kecewa salah satunya dengan melanjutkan permainan tanpa ada biaya tambahan di saat kondisi tertentu. Hal ini tentu untuk menghindari ketidakpuasan pelanggan. Dengan strategi ini, akan membuat kepercayaan pelanggan meningkat.

- c. Karyawan Sentul Highlands Golf Club harus memberi salam dan ramah kepada tamu.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.19. Karyawan Sentul Highlands Golf Club harus memberi salam dan ramah kepada tamu

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	1	1	2
Ragu-ragu	3	16	16	48
Setuju	4	60	60	240
Sangat Setuju	5	23	23	115
Total		100	100%	405

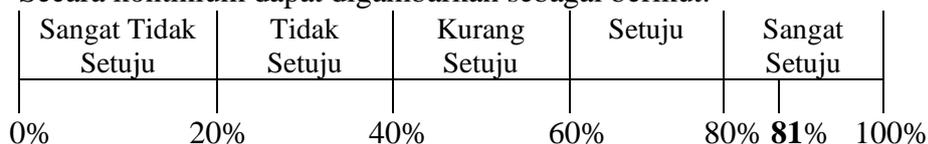
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{405}{5 \times 100} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan Sentul Highlands Golf Club harus memberi salam dan ramah kepada tamu menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Memberi salam dan ramah kepada tamu menjadi hal yang terpenting dalam

memberikan pelayanan prima terhadap para pelanggan. Hal tersebut sangat penting terutama bagi tim karyawan berhubungan langsung dengan para pelanggan. Memberi salam dan ramah kepada tamu ini sangat penting bagi perusahaan, terutama yang bergerak di bidang jasa. Sebab dengan layanan baik akan membantu mereka untuk mendatangkan pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.

5. *Empathy* (empati)

- a. Sentul Highlands Golf Club rutin melaksanakan Turnamen Series.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.20. Sentul Highlands Golf Club rutin melaksanakan Turnamen Series

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	3	3	6
Ragu-ragu	3	16	16	48
Setuju	4	48	48	192
Sangat Setuju	5	33	33	165
Total		100	100%	411

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{411}{5 \times 100} \times 100\% = 82\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Sentul Highlands Golf Club rutin melaksanakan Turnamen Series menunjukkan 82% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju, artinya responden menyatakan Sentul Highlands Golf Club rutin melaksanakan Turnamen Series. Hal ini bertujuan untuk membangkitkan semangat olahraga golf yang sportif. Selain itu turnamen tersebut untuk memperkenalkan olahraga golf bagi setiap kalangan atau profesi.

- b. Sentul Highlands Golf Club mengundang publik figur.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.21. Sentul Highlands Golf Club mengundang publik figur

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	4	0
Ragu-ragu	3	13	13	39
Setuju	4	55	51	220
Sangat Setuju	5	32	32	160
Total		100	100%	419

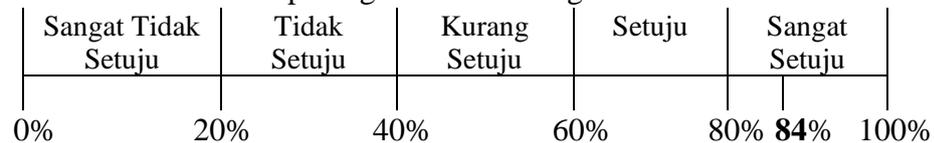
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{419}{5 \times 100} \times 100\% = 84\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Sentul Highlands Golf Club mengundang publik figur menunjukkan 84% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan Sentul Highlands Golf Club mengundang publik figur untuk memperkenalkan olahraga golf dan menaikkan citra positif Sentul Highlands Golf Club itu sendiri.

Adapun ringkasan hasil kuesioner kualitas produk sebagai berikut:

Tabel 4.22 Total Jawaban Responden terhadap Indikator Variabel Kualitas Pelayanan

Instrumen Pertanyaan	Total Skor	Rata-rata Skor
<i>Tangible</i>		
1. Lokasi Sentul Highlands Golf Club strategis	84%	84%
2. Peralatan dan fasilitas di Sentul Highlands Golf Club memadai	82%	
3. Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih	86%	
<i>Reliability</i>		
4. Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan	81%	81%
5. Sentul Highlands Golf Club memiliki Kotak saran penilaian setelah selesai kegiatan golf	81%	
<i>Responsiveness</i>		
6. Terdapat Sirene tanda darurat untuk pemberitahuan baik untuk cuaca dan kondisi tertentu	85%	83%

Instrumen Pertanyaan	Total Skor	Rata-rata Skor
7. Pengawasan di semua lingkungan Sentul Highland Golf Club	81%	
<i>Assurance</i>		
8. Semua kegiatan di lapangan di asuransikan	83%	82%
9. Dalam kondisi cuaca hujan dan petir pemain boleh melanjutkan di lain waktu tanpa biaya tambahan	82%	
10. Karyawan Sentul Highlands Golf Club harus memberi salam dan ramah kepada tamu	81%	
<i>Empathy</i>		
11. Sentul Highlands Golf Club rutin melaksanakan Turnamen Series	82%	83%
12. Sentul Highlands Golf Club mengundang publik figur	84%	
Rata-rata		82,5%

(Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel kualitas pelayanan, total skor rata-rata dari 5 indikator tersebut setelah dihitung skor rata-rata tertinggi adalah indikator *tangible* pada pernyataan Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih sebesar 86%. Sedangkan indikator terendah pada indikator *Reliability*, *Responsiveness* dan *assurance* sebesar 81%. Sedangkan rata-rata variabel keualitas pelayanan sebesar 82,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan pramugolf Sentul Highlands Bogor sudah sangat baik. Salah satu hal yang bisa meningkatkan kualitas kondisi lingkungan adalah dengan menjaga kebersihan lingkungan Sentul Highlands Golf Club. Lingkungan bersih merupakan faktor salah satu penentu kepuasan pelanggan. Dengan lingkungan bersih, pelanggan nyaman dalam menggunakan jasa tersebut. Saat pelanggan bermain golf di ruangan yang bersih dan tertata rapi, maka efektifitas dan efisiensi permainan golf jadi lebih terjaga. Sebab, lingkungan yang bersih akan memudahkan pemain golf untuk bermain secara lebih optimal.

4.4.2. Kepuasan Pelanggan Sentul Highlands Golf Club

Untuk pengukuran variabel kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club digunakan pendapat responden dengan menggunakan dua lima menurut teorinya Mangkunegara (2017), antara lain:

1. Kinerja

- a. Peningkatan pelayanan untuk pelanggan Sentul Highlands Golf Club.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.23. Peningkatan pelayanan untuk pelanggan Sentul Highlands Golf Club

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	3	3	6
Ragu-ragu	3	15	15	45
Setuju	4	58	58	232
Sangat Setuju	5	24	24	120
Total		100	100%	403

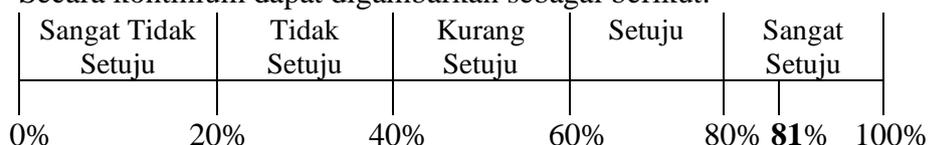
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{403}{5 \times 100} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan peningkatan pelayanan untuk pelanggan Sentul Highlands Golf Club menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Salah satu faktor bagus tidaknya kualitas pelayanan pelanggan adalah bagaimana perusahaan melayani segala keluhan pelanggan hingga tuntas. Hal ini tentu saja akan memengaruhi pengalaman dan kepuasan pelanggan yang bisa berdampak baik bagi bisnis. Oleh sebab itu, peningkatan pelayanan yang baik harus menjadi prioritas dalam bisnis.

- b. Totalitas Fasilitas dan Pelayanan selalu diutamakan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.24. Totalitas Fasilitas dan Pelayanan selalu diutamakan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Ragu-ragu	3	16	16	48
Setuju	4	71	71	284
Sangat Setuju	5	13	13	65
Total		100	100%	397

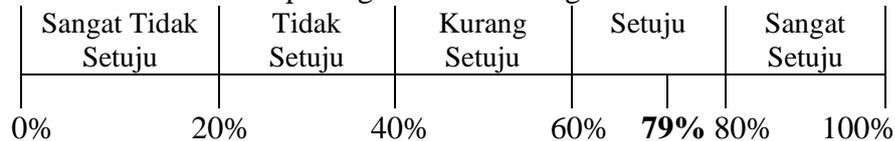
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{397}{5 \times 100} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan totalitas fasilitas dan pelayanan selalu diutamakan menunjukkan 79% atau memiliki penilaian pada daerah setuju. Pelayanan prima dan fasilitas yang memadai merupakan tindakan atau upaya yang dilakukan Sentul Highlands Golf Club untuk memberikan pelayanan maksimal dengan tujuan agar pelanggan atau masyarakat bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang dilakukan.

c. Pendaftaran Melalui Tour And Travel.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.25. Bekerja sama dengan tour travel dan media sosial sebagai sarana informasi Sentul Highlands Golf Club

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Ragu-ragu	3	13	13	39
Setuju	4	57	57	228
Sangat Setuju	5	30	30	150
Total		100	100%	417

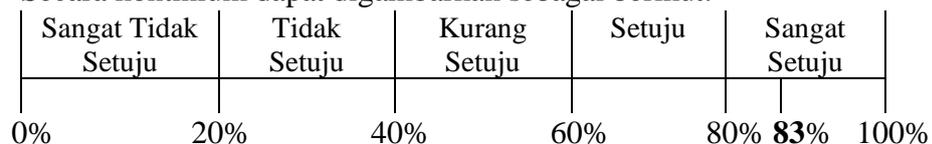
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{417}{5 \times 100} \times 100\% = 83\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan bekerja sama dengan *tour travel* dan media sosial sebagai sarana informasi Sentul Highlands Golf Club menunjukkan 83% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju.

Media sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas. Pesan yang disampaikan lebih cepat menyebar dibanding media lainnya. Kekuatan yang pada media sosial inilah yang sesuai sebagai media alternatif penyebaran informasi Sentul Highlands Golf Club. Seiring dengan pesatnya kemajuan industri pariwisata, Sentul Highlands Golf Club bekerjasama dengan tour travel untuk mendukung lancarnya bisnis Sentul Highlands Golf Club.

2. Harapan

- a. Pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.26. Pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4	8
Ragu-ragu	3	19	19	57
Setuju	4	53	53	212
Sangat Setuju	5	24	24	120
Total		100	100%	397

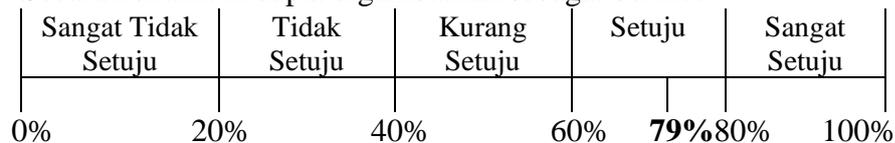
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{397}{5 \times 100} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan strategi yang berkelanjutan untuk tetap sebagai lapangan golf terfavorit menunjukkan 79% atau memiliki penilaian pada daerah setuju. Pelayanan yang berkualitas dan sesuai yang diharapkan pelanggan sangat menunjang kepuasan pelanggan terhadap jasa yang digunakan sehingga pelanggan akan menggunakan jasa perusahaan itu lagi, ini merupakan salah satu strategi Sentul Highlands Golf Club untuk selangkah lebih unggul dari pada kompetitor lainnya.

- b. Promo tiap bulan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.27. Promo tiap bulan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	0	0	0
Ragu-ragu	3	12	12	36
Setuju	4	69	69	276
Sangat Setuju	5	19	19	95
Total		100	100%	407

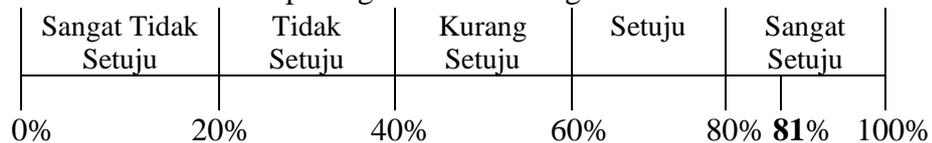
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{407}{5 \times 100} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan promo tiap bulan menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Promo merupakan tahapan yang tidak bisa dilewatkan dalam menjalankan bisnis. Pelanggan tidak datang dengan sendirinya. Pelanggan baru akan menggunakan produk dan layanan setelah mengetahui informasi tentang produk dan layanan tersebut. Itulah salah satu pentingnya promo serta menjadi faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam memasarkan suatu produk.

c. Informasi Melalui Media Sosial.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.28. Menyediakan informasi-informasi untuk menumbuhkan hubungan antara Sentul Highlands Golf Club dan Pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4	8
Ragu-ragu	3	15	15	45
Setuju	4	56	56	224
Sangat Setuju	5	25	25	125
Total		100	100%	402

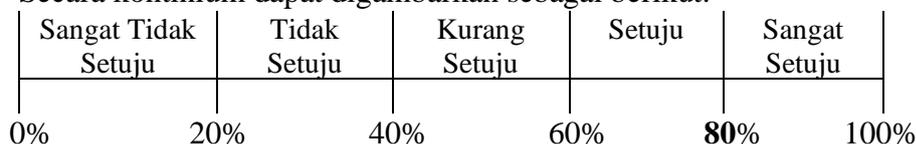
Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Responden} = \frac{402}{5 \times 100} \times 100\% = 80\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan menyediakan informasi-informasi untuk menumbuhkan hubungan antara Sentul Highlands Golf Club dan Pelanggan menunjukkan 80% atau memiliki penilaian pada daerah sangat setuju. Kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan dalam hal ini para pemain golf didapatkan karena mudahnya pelanggan dalam mendapatkan informasi-informasi mengenai Sentul Highlands Golf Club sehingga terjalin hubungan yang baik antara pelanggan dengan Sentul Highlands Golf Club.

Adapun ringkasan hasil kuesioner kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 4.29 Total Jawaban Responden terhadap Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan

Instrumen Pertanyaan	Total Skor	Rata-rata Skor
Kinerja		
1. Peningkatan pelayanan untuk pelanggan Sentul Highlands Golf Club	81%	81%
2. Totalitas fasilitas dan Pelayanan selalu diutamakan	79%	
3. Pendaftaran Via Tour and Travel	83%	
Harapan		
4. Pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan	79%	80%
5. Promo tiap bulan	81%	
6. Informasi Melalui Media Sosial	80%	
Rata-rata		80,5%

(Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel kepuasan pelanggan, total skor rata-rata dari 2 indikator tersebut setelah dihitung skor rata-rata sebesar 80,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tergolong sangat puas. Pernyataan tertinggi sebesar 83% pada pernyataan Bekerja sama dengan tour travel dan media sosial sebagai sarana informasi Sentul Highlands Golf Club. Sedangkan pernyataan terendah pada pernyataan Totalitas fasilitas dan Pelayanan selalu diutamakan dan pernyataan Pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan sebesar 79%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat baik. Kepuasan pelanggan merupakan kunci sukses sebuah bisnis.

Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. Pelanggan akan cenderung menjadi promotor bagi produk, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan melalui metode *word of mouth*. Pelanggan yang mendapatkan produk dan pelayanan sesuai kebutuhan akan merasa puas dan meninggalkan kesan baik akan produk yang dibeli. Selain itu, tingkat kepuasan bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk menentukan langkah penyempurnaan dari sebuah jasa.

4.4.3. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club

Untuk menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kualitas pelayanan dengan skor kepuasan pelanggan.

Adapun hasil analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club dengan rumus tingkat kinerja dibagi tingkat harapan x 100% adalah sebagai berikut.

Tabel 4.30 Hasil Tingkat Kesesuaian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club

Rata-rata Kualitas Pelayanan (Tingkat Kinerja)	Rata-rata Kepuasan pelanggan (tingkat harapan)	Tingkat Kesesuaian
82,5%	80,5%	102,5%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club secara keseluruhan berada pada penilaian sangat baik. Namun apabila dilihat dari rata-rata kepuasan pelanggan, masih lebih rendah dibanding kualitas pelayanan. Ini disebabkan karena terdapat beberapa kualitas pelayanan yang diberikan Sentul Highlands Golf Club masih kurang optimal. Tingkat pengetahuan maupun kecakapan karyawan dalam memberikan pelayanan masih ada yang kurang kompeten di bidangnya. Ketidakkonsistenan dalam menyediakan kotak saran karena kotak saran merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai yang diharapkan pelanggan. Kemudian kurangnya pengawasan di setiap hole karena ini merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan serta masih ada karyawan yang tidak memberi salam dan ramah kepada tamu. Memberi salam dan ramah kepada tamu ini sangat penting bagi perusahaan, terutama yang bergerak di bidang jasa. Sebab dengan layanan baik akan membantu mereka untuk mendatangkan pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.

Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai jasa yang sesuai dengan tingkat baik atau tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan mendorong

pelanggan untuk setia terhadap produk tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa, Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat, kualitas pelayanan (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua variabel utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (Tjiptono dan Chandra, 2017).

Teori tersebut menjelaskan bahwa hasil pengalaman pelanggan dalam memakai produk jasa akan menghasilkan penilaian pelanggan terhadap produk jasa tersebut. Apabila produk jasa tersebut dapat memuaskan keinginan pelanggan maka pelanggan akan memberikan penilaian positif terhadap produk jasa tersebut. Dengan penilaian tersebut maka pelanggan akan tetap berkeinginan untuk menggunakan produk jasa tersebut. Hasil ini menjelaskan bahwa pada umumnya pelanggan akan memperhitungkan kualitas pelayanan yang dapat diperoleh dari uang yang akan mereka keluarkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Herawati, dan Sulistyowati (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan hasil yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak terlepas dari kreativitas pelayanan yang ditawarkan Sentul Highlands Golf Club Kota Bogor. Untuk mewujudkan suatu pelayanan yang berkualitas yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Sentul Highlands Golf Club Kota Bogor mampu memahami tingkat persepsi dan harapan pelanggan. Hal ini dikarenakan, kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan Sentul Highlands Golf Club Kota Bogor untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga Sentul Highlands Golf Club Kota Bogor dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Hasil pembahasan yang telah dilakukan mengenai Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor, maka peneliti memberikan simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat baik. Total skor rata-rata variabel kualitas pelayanan sebesar 82,5%. Indikator pada variabel kualitas pelayanan, total skor rata-rata dari 5 indikator tersebut setelah dihitung skor rata-rata tertinggi adalah indikator *tangible* pada pernyataan Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih sebesar 86%. Sedangkan indikator terendah pada indikator *Reliability*, *Responsiveness* dan *assurance* sebesar 81%.
2. Kepuasan Pelanggan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat puas. Total skor rata-rata variabel kepuasan pelanggan dari 2 indikator sebesar 80,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tergolong sangat puas. Pernyataan tertinggi sebesar 83% pada pernyataan bekerja sama dengan tour travel dan media sosial sebagai sarana informasi Sentul Highlands Golf Club. Sedangkan pernyataan terendah pada pernyataan totalitas fasilitas dan pelayanan selalu diutamakan dan pernyataan pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan sebesar 79%.
3. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor secara keseluruhan sudah termasuk dalam kategori sangat baik. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa secara umum kualitas pelayanan yang diberikan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor sudah sangat baik di mata pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan, masih terdapat pernyataan yang terendah mengenai Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan, maka Sentul Highlands Golf Club hendaknya menambah pelatihan dan kecakapan lebih dari 2 bulan karena masih terdapat pramugolf kurang memiliki keterampilan yang memadai. Jika masih terdapat Pramugolf yang kurang memiliki ketrampilan memadai akan dikenakan hukuman SP1 dan mengulang kembali proses pelatihan.
2. Sentul Highland Golf Club mempunyai kendala dalam hal peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan karena kurangnya partisipasi pelanggan untuk

memberikan saran. Dalam hal ini baiknya dari pihak Sentul Highland Golf Club memberikan voucher atau promo ke setiap pelanggan yang memberikan keluhan atau saran agar pelanggan berpartisipasi memberikan saran.

3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk lebih menambah variabel penelitian tidak hanya pada variabel kualitas pelayanan tetapi juga pada variabel-variabel lain sehingga diperoleh informasi yang lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan penelitian berikutnya dapat lebih bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T dan Francis T. (2017). *Manajemen Pemasaran* Edisi 1 Cetakan 4. Jakarta: Rajawali Pers
- Amadhea, G.D. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT Lintas Nusantara Perdana). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) E-ISSN: 2829-2006 Vol 1. April, 2022*
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Atiyah (2018) Pengaruh Fasilitas Lapangan Golf terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Palembang Golf Club. Skripsi Universitas Iba Palembang
- Batinggi dan Badu A. (2017). *Manajemen Pelayanan Publik*, Yogyakarta: CV Andi Ofset
- Belas, J., & Gabcova, L. (2016). Reasons for Satisfaction and Dissatisfaction of Bank Customers: Study from Slovakia and the Czech Republic. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 2(1), 4-13. doi: 10.15759/ijek/2014/v2i1/53759
- Danang S. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Destiani, Linda (2022). Analisis Mutu Layanan Terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Intervensi Pada Emerald Golf Club. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan/Vol. 6/ No. 5/September-2022: 486-490*
- DeVrye. (2017). *Makna Konsep Pelayanan dan Pelayanan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hariyanta. (2017). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Padang Golf Melalui Sistem Imbalan Yang Memuaskan Karyawan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, Jilid 2, Nomor 3, Maret, hlm. 286 – 301*
- Irawan, S. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Turnover Intention. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Vol.5, No.1, 105-110.*
- Iswahyudi. (2018). Kualitas Pelayanan Kantor Imigrasi Kelas 1 Yogyakarta dalam Pembuatan Paspor Berbasis E-Government. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*
- Jaya, I.M.S.A. (2019) Penerapan Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Golf Pada Nirwana Bali Golf Club. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan Vol.12. No.3*
- Kawatak, S.Y. (2023). Persepsi Kepuasan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Paradise Hotel Golf And Resort Likupang. *Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 9, No. 1, Maret 2023, 1 – 8*

- Kuntoro, A.Y. (2019) Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Fixpay Menggunakan SEM dengan PLS. *Jurnal Informatika, Vol.6 No.1 April 2019, pp. 122~133 ISSN: 2355-6579 E-ISSN: 2528-2247.*
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Mangkunegara, AA.P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, M. N. (2017). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Naufanita, Hana. (2018). Analisis Wacana Diaspora Indonesia: Tinjauan Konseptual Dalam Hubungan Internasional. *Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 90-108*
- Nilasari. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Adhya Mahkota Golf Sukajadi Batam. *Jurnal Universitas putera Batam*
- Parasuraman, A. V. (2017). *Delivering Quality Service*. Diterjemahkan oleh Sutanto. New York: The Free Press.
- Priansa, D.J. (2018). *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung. Alfabeta.
- Saghier, N.M. (2016). Managing Service Quality: Dimensions of service quality: a study in Egypt. *International Journal of African and Asian Studies Vol.9, 2015*
- Setiawan, D., & Setiawan, R. I. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus Ahas Kenari Motor). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 3(1), 93–107*
- Sudaryono. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U, (2018). *Perilaku Konsumen-Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2017). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. (2016). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Cetakan keempat. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.
- Suparto (2018) Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Restoran Bukit Darmo Golf Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu dan Call For Papers Unisbank*
- Swastha, B, Hani H.T. (2017). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi

- dan Diana A. (2016). *Pelanggan Puas? Tak Cukup*. Yogyakarta: Andi.
- (2016). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Yogyakarta: Andi
- dan Chandra. (2017). *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.
- Utami, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klub Golf Bogor Raya*. Skripsi Universitas Binaniaga Indonesia, Bogor
- Windasuri dan Hyacintha S. (2016). *Business Growth Team. Excellent Service*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Yamit, Z. (2018). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonesia.
- Yee, Yeung, dan Cheng. (2016). An empirical study of employee loyalty, service quality and firm performance in the service industry. *International Journal of Production Economics* 124(1):109-120.

KUESIONER PENELITIAN

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SENTUL HIGHLAND GOLF
CLUB KOTA BOGOR**

Kepada
Yth. Bapak/Ibu
Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor
Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi ini perkenalkan saya Merlinda dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Pakuan. Adapun judul skripsi yang saya angkat adalah **“Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor”**. Saya bermaksud untuk melakukan sebuah penelitian dengan meminta kesediaan Bapak/Ibu yang telah saya pilih sebagai responden untuk dapat meluangkan waktunya, dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Jawablah pertanyaan yang diberikan dengan benar sesuai dengan kenyataan, kerahasiaan identitas Bapak/Ibu dijamin oleh peneliti. Semua jawaban yang diberikan akan membantu penulis dalam penelitian ini.

Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Bogor, Maret 2023
Hormat Saya,

Merlinda

Bagian I

Pernyataan pada bagian I merupakan pernyataan yang berhubungan dengan identitas responden. Berilah tanda ceklis (✓) pada salah satu kolom yang tersedia

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan

2. Usia:
 - 21-30
 - 31-40
 - 41-50
 - > 51

3. Pendidikan:
 - S.1
 - S.2
 - S.3

4. Pekerjaan:
 - Pegawai BUMN
 - Pengusaha
 - Pegawai Negeri
 - Pegawai Asuransi

5. Penghasilan
 - Rp. 25.000.000 – Rp. 35.000.000
 - Rp. 36.000.000 – Rp. 50.000.000
 - Lebih dari Rp. 50.000.000

Bagian II

Berilah tanda ceklis (✓) pada jawaban pertanyaan dibawah ini yang anda anggap paling mewakili responden pada kolom yang telah disediakan

Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda ceklis (✓) pada pilihan jawaban yang sudah tersedia yang dianggap paling mewakili anda pada kolom yang telah disediakan.
2. Anda dapat memilih satu jawaban yang tepat
3. Anda diminta menjawab semua pertanyaan sesuai dengan opini dibawah ini

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
<i>Tangible</i>						
1	Lokasi Sentul Highlands Golf Club strategis					
2	Peralatan dan fasilitas di Sentul Highlands Golf Club memadai					
3	Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih					
<i>Reliability</i>						
4	Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan					
5	Sentul Highlands Golf Club memiliki Kotak saran penilaian setelah selesai kegiatan golf					
6	Lokasi Rumah Sakit hanya 5 menit					
<i>Responsiveness</i>						
7	Terdapat Sirene tanda darurat untuk pemberitahuan baik untuk cuaca dan kondisi tertentu					
8	Customer Service Hotline yang ada di setiap kendaraan golf					
9	Pengawasan di semua Lingkungan Sentul Highland Golf Club					
<i>Assurance</i>						
10	Semua kegiatan di lapangan di asuransikan					
11	Dalam kondisi cuaca hujan dan petir pemain boleh melanjutkan di lain waktu tanpa biaya tambahan					
12	Karyawan Sentul Highlands Golf Club harus memberi salam dan ramah kepada tamu (SOP)					
<i>Empathy</i>						
13	Sentul Highlands Golf Club rutin melaksanakan turnamen Series					
14	Sentul Highlands Golf Club mengundang publik figur					
15	Sentul Highlands Golf Club rutin melakukan acara kegiatan sosial					

Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Kinerja						
1	Peningkatan pelayanan untuk pelanggan Sentul Highlands Golf Club					
2	Totalitas Fasilitas dan Pelayanan selalu diutamakan					
3	Pendaftaran via tour and travel					
Harapan						
4	Pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan					
5	Promo tiap bulan					
6	Informasi melalui media sosial					

Tabulasi Data Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	49
2	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	54
3	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	5	52
4	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	50
5	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	51
6	5	5	4	3	5	4	3	5	3	4	5	4	50
7	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	46
8	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	51
9	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	50
10	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	53
11	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	5	47
12	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	47
13	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	51
14	5	4	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	47
15	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	52
16	3	4	4	2	4	5	5	4	5	5	2	4	47
17	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4	3	3	46
18	5	4	5	3	4	4	4	5	2	3	3	5	47
19	5	5	5	4	4	5	2	5	5	3	4	4	51
20	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	47
21	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	3	5	47
22	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	48
23	4	3	4	4	4	5	3	4	3	4	5	5	48
24	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	42
25	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	48
26	3	4	4	2	4	5	5	4	2	5	5	4	47
27	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	54
28	5	4	5	3	4	5	5	5	4	3	3	3	49
29	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	51
30	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	51
31	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	49
32	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	46
33	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	56
34	4	3	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	49
35	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	49
36	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	52
37	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	53
38	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	51
39	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	55

No	Pernyataan												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
40	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	47
41	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	50
42	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	51
43	4	4	4	4	3	4	2	4	5	4	4	4	46
44	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	54
45	4	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	42
46	2	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	44
47	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	48
48	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	44
49	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	53
50	4	5	4	4	4	5	3	5	5	2	4	5	50
51	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	53
52	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
53	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	54
54	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	49
55	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	47
56	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	53
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
58	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	54
59	3	3	4	5	3	2	4	5	5	5	4	4	47
60	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
61	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	49
62	2	4	5	3	3	4	5	3	3	4	3	3	42
63	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	53
64	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	52
65	4	2	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	46
66	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	46
67	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	57
68	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	48
69	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	43
70	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
71	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	49
72	5	4	5	3	3	4	5	3	3	4	3	4	46
73	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	50
74	4	2	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	49
75	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	54
76	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	51
77	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	52
78	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	52
79	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	47
80	4	2	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	49

No	Pernyataan												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
81	2	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	52
82	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	52
83	5	4	5	3	5	5	5	5	4	3	3	4	51
84	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	2	4	49
85	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	49
86	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	50
87	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	53
88	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	2	4	48
89	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	51
90	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	52
91	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	55
92	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	44
93	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	54
94	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	55
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
96	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	49
97	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	3	4	49
98	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	51
99	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	45
100	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	53

Tabulasi Data Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	3	5	24
2	5	4	5	5	4	4	27
3	5	5	4	3	4	5	26
4	4	3	4	3	4	5	23
5	5	4	5	5	4	3	26
6	3	5	4	3	5	3	23
7	4	4	3	4	4	4	23
8	3	4	5	5	4	5	26
9	4	4	4	4	3	5	24
10	5	4	5	5	4	3	26
11	4	4	4	2	4	4	22
12	4	3	4	3	4	5	23
13	5	4	5	5	4	3	26
14	3	4	4	2	4	4	21
15	4	4	5	4	5	4	26
16	2	4	5	5	4	5	25
17	4	4	4	2	4	5	23
18	3	4	4	4	5	2	22
19	4	4	5	2	5	5	25
20	2	4	4	4	4	4	22
21	4	5	4	4	4	2	23
22	4	3	4	3	4	4	22
23	4	4	5	3	4	3	23
24	3	3	4	4	4	2	20
25	4	4	3	4	4	4	23
26	2	4	5	5	4	2	22
27	5	4	4	5	4	5	27
28	3	4	5	5	5	4	26
29	4	5	4	4	4	4	25
30	4	4	5	4	4	5	26
31	4	4	4	4	3	5	24
32	4	4	4	4	3	4	23
33	5	4	5	5	4	4	27
34	5	5	4	3	4	5	26
35	4	3	4	5	4	5	25
36	5	4	5	5	4	3	26
37	4	5	4	5	5	4	27
38	4	4	3	4	4	4	23
39	3	4	4	4	4	4	23

40	4	4	4	4	3	4	23
41	5	4	4	5	4	4	26
42	4	4	4	3	4	4	23
43	4	3	4	3	4	5	23
44	5	4	4	5	4	4	26
45	3	4	4	3	4	4	22
46	4	4	3	4	3	4	22
47	3	4	5	4	4	4	24
48	4	3	4	3	4	4	22
49	3	4	4	4	5	4	24
50	4	4	5	3	5	5	26
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	5	4	4	4	4	25
53	4	4	5	5	4	5	27
54	4	4	5	4	4	3	24
55	4	4	3	4	4	4	23
56	5	4	4	4	5	5	27
57	5	5	4	4	5	3	26
58	4	4	5	5	4	4	26
59	5	3	3	4	5	5	25
60	4	3	4	4	4	4	23
61	4	4	5	4	4	4	25
62	3	3	4	4	3	3	20
63	4	4	5	4	4	4	25
64	4	4	5	4	4	4	25
65	4	4	3	4	4	4	23
66	3	4	4	4	5	3	23
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	3	3	4	4	22
69	4	3	3	4	4	3	21
70	4	3	4	4	4	4	23
71	4	4	4	4	4	4	24
72	3	3	4	5	3	3	21
73	5	3	4	4	4	3	23
74	5	4	4	3	5	4	25
75	5	4	5	5	5	4	28
76	4	4	4	5	4	4	25
77	5	5	4	4	3	4	25
78	4	4	5	4	4	3	24
79	5	4	4	3	3	4	23
80	4	4	3	4	4	4	23
81	4	4	5	5	4	4	26
82	4	4	4	5	4	5	26

83	3	4	5	4	5	4	25
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	3	4	4	4	23
86	4	4	4	4	3	5	24
87	4	5	3	4	4	4	24
88	4	4	5	3	4	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	5	4	5	4	5	27
91	5	4	5	4	5	4	27
92	4	3	3	4	4	3	21
93	5	4	4	4	5	4	26
94	5	4	4	4	5	5	27
95	4	4	4	4	4	4	24
96	5	4	4	3	4	4	24
97	4	4	5	3	4	4	24
98	4	5	4	4	4	5	26
99	3	4	4	4	3	4	22
100	4	3	4	3	4	4	22