

**PENERAPAN METODE *SERVICE QUALITY* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PENGINAPAN**

**SKRIPSI
TEKNIK INDUSTRI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Teknik



**MUHAMMAD SALMAN FARISI
NIM. 105060707111002**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS TEKNIK
MALANG**

2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan makalah ini dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana. Semoga makalah ini dapat dipergunakan sebagai salah satu acuan, petunjuk maupun pedoman bagi pembaca dalam pendidikan.

Skripsi yang berjudul “**PENERAPAN METODE *SERVICE QUALITY* DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PENGINAPAN**” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Fakultas Teknik di Jurusan Teknik Industri, Universitas Brawijaya.

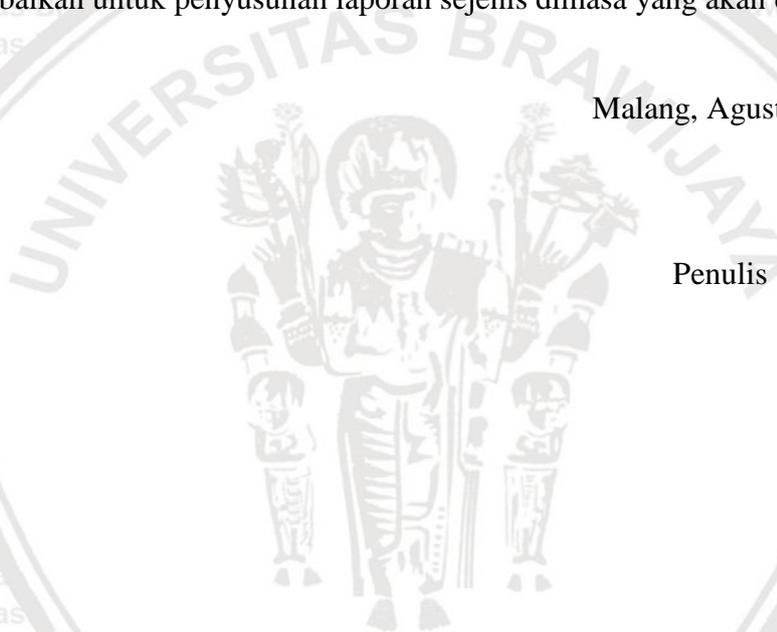
Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan dan bimbingan beberapa pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Ishardita Pambudi Tama, ST., MT., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Arif Rahman ,ST., MT. selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Arif Rahman ,ST., MT. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan saran yang membangun dalam menyusun skripsi ini.
4. Ibu Ceria Farel Mada Tantrika, ST., MT. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan saran yang membangun dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Ir. Purnomo Budi Santoso, M.Sc., Ph.D. selaku dosen penasehat akademik yang selalu membantu dan memberikan masukan disaat saya dalam kesulitan.
6. Kedua orang tua tercinta, Drs. Moh. Husni Thamrin dan Ir. Hera Maesarah Dasuki yang selalu mendoakan, memberikan motivasi moril maupun materil tiada henti kepada penulis.
7. Saudaraku M. Ibnu Sina, dan M. Ameer Hakim yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen pengamat/penguji pada Seminar Proposal, Seminar Hasil, dan Ujian Komprehensif atas saran dan masukannya serta seluruh dosen Teknik Industri yang telah memberikan arahan dan saran dalam menyusun skripsi kepada penulis.
9. Seluruh Bapak/Ibu Staf pengajar Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Brawijaya Malang.

10. Kepada pihak Pisang Kipas *Guesthouse* yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan membantu dalam proses pengerjaan skripsi.
 11. Sahabat-sahabat GSH 304 Radhitia, Fakhmi, Hendi, Fitran, Bagus, Bayu, Fetra, Fikri, Arvin, Hadi, Mahario, Naufal, Ndargen, Raka, Ubai yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan saran dan memberikan semangat selama pengerjaan skripsi ini.
 12. Seluruh teman-teman Teknik Industri angkatan 2010 yang saya banggakan, INSURGENT dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas motivasi, dukungan, dan partisipasinya dalam memberikan kenangan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca terhadap skripsi yang telah penulis susun demi perbaikan untuk penyusunan laporan sejenis dimasa yang akan datang.

Malang, Agustus 2017

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	3
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Asumsi Penelitian	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Jenis – jenis Akomodasi	6
2.3 Pengertian Jasa	8
2.3.1 Karakteristik Jasa	9
2.4 Kualitas Pelayanan	10
2.4.1 Model Kualitas Jasa	12
2.5 Pelanggan	13
2.5.1 Jenis Pelanggan	13
2.5.2 Kepuasan Pelanggan	14
2.5.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	15
2.6 Metode <i>Service Quality (Servqual)</i>	16
2.6.1 Kuesioner	17
2.6.2 Penyusunan Skala	17
2.7 Penentuan Jumlah Sampel Minimum	18
2.8 Nilai Ekspektasi Pelanggan	19
2.9 Nilai Persepsi Pelanggan	19

2.10 *Servqual Score* 20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian 21
 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 21
 3.3 Objek Penelitian 21
 3.4 Langkah-langkah Penelitian 21
 3.5 Diagram Alir Penelitian 23

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan 25
 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 25
 4.2 Pengumpulan Data 26
 4.2.1 Identifikasi Atribut Penelitian 26
 4.2.2 Penyusunan Kuesioner 27
 4.2.2.1 Penyusunan Skala Kuesioner 28
 4.2.2.2 Populasi dan Sampel Minimum 28
 4.3 Pengolahan Data 29
 4.4 Analisis dan Pembahasan *Gap 5* 32
 4.4.1 Analisis *Tangibles* 32
 4.4.2 Analisis *Reliability* 34
 4.4.3 Analisis *Responsiveness* 35
 4.4.4 Analisis *Assurance* 36
 4.4.5 Analisis *Emphaty* 37
 4.5 Prioritas Perbaikan 38

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 41
 5.2 Saran 46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung Pisang Kipas *Guesthouse* 2

Tabel 1.2 Jenis Fasilitas Yang Ditawarkan Pisang Kipas *Guesthouse*..... 3

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Terkini 6

Tabel 2.2 Skor Skala Likert..... 18

Tabel 4.1 Atribut Terhadap Pelayanan Pisang Kipas *Guesthouse* 26

Tabel 4.2 Penilaian Pelanggan Terhadap Harapan Layanan *Guesthouse* 29

Tabel 4.3 Penilaian Pelanggan Terhadap Persepsi Layanan *Guesthouse*..... 30

Tabel 4.4 Penilaian Persepsi dan Harapan Pelanggan Terhadap Layanan 31

Tabel 4.5 Penilaian Terhadap Dimensi *Tangibles*..... 32

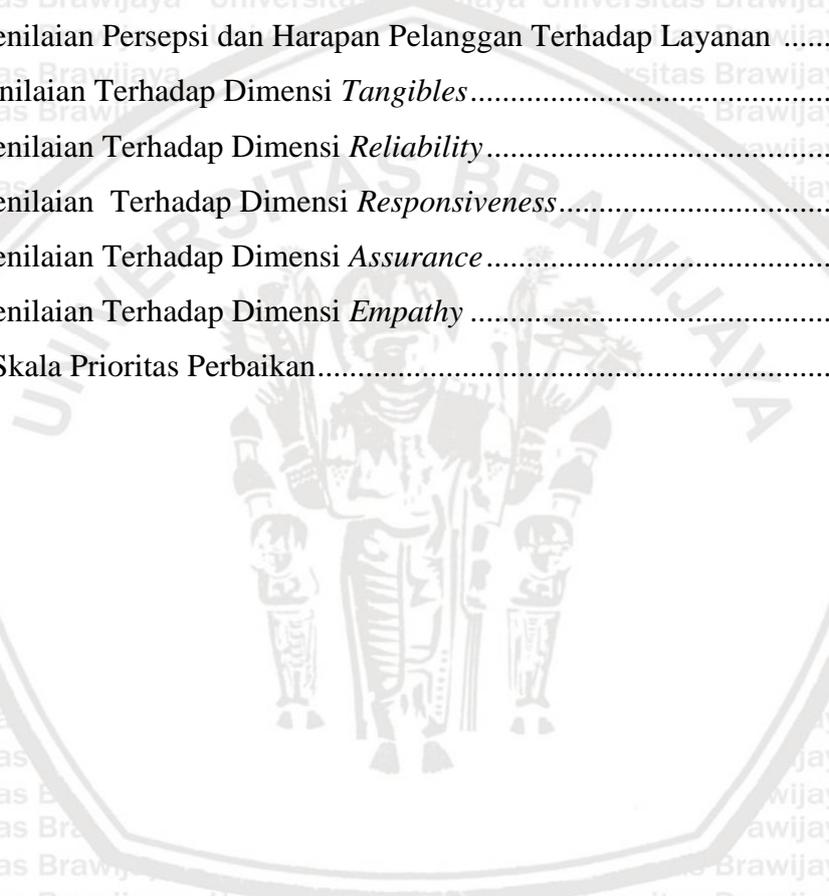
Tabel 4.6 Penilaian Terhadap Dimensi *Reliability*..... 34

Tabel 4.7 Penilaian Terhadap Dimensi *Responsiveness*..... 35

Tabel 4.8 Penilaian Terhadap Dimensi *Assurance* 36

Tabel 4.9 Penilaian Terhadap Dimensi *Empathy* 37

Tabel 4.10 Skala Prioritas Perbaikan..... 38





UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hubungan antara <i>Expected</i> dan <i>Perceived Service</i>	13
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	15
Gambar 2.3 Korelasi Antara Dimensi <i>SERVQUAL</i> Dengan Sepuluh Dimensi Dasar	16
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....	23





Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner	49
Lampiran 2 Kuesioner Kebutuhan Pelanggan	50
Lampiran 3 Rekap Kuesioner Harapan Pelanggan.....	51
Lampiran 4 Rekap Kuesioner Persepsi Pelanggan.....	54



RINGKASAN

MUHAMMAD SALMAN FARISI, Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Brawijaya, Agustus 2017, Penerapan Metode *Service Quality* Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Penginapan, Pisang Kipas *Guesthouse*, Arif Rahman dan Ceria Farela Mada Tantrika.

Pisang Kipas *Guesthouse* merupakan salah satu penginapan yang ada di Kota Malang. Persaingan industri bisnis sektor hotel semakin kompetitif dengan berkembangnya pembangunan hotel - hotel baru. Hal ini dapat menyebabkan penyedia jasa penginapan seperti *Guesthouse* kalah saing dengan hotel – hotel yang baru. Hal ini juga didukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta peningkatan taraf hidup masyarakat, maka hal tersebut menyebabkan meningkatnya tuntutan dari masyarakat akan pelayanan yang berkualitas. Untuk itu, diperlukan adanya analisa untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan agar dapat menarik minat lebih banyak pelanggan dan dapat bersaing dengan hotel atau penginapan yang lainnya.

Metode yang digunakan adalah *Service Quality (Servqual)* dengan analisis *GAP 5*, yaitu metode yang dapat mengetahui kesenjangan (*gap*) antara ekspektasi dengan persepsi pelanggan terhadap layanan yang dirasakan berdasarkan lima dimensi kualitas jasa yaitu, *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty* untuk kemudian dapat memberikan rekomendasi atau usulan perbaikan. Data yang didapat berdasarkan hasil pengolahan kuesioner kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode *Service Quality*, didapatkan nilai *Servqual Score Tangibles* (-0,69), *Reliability* (-0,06), *Responsiveness* (-0,17), *Assurance* (-0,07), dan *Empathy* (0,12). Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang ada di Pisang Kipas *Guesthouse* belum dapat memuaskan ekspektasi dari pelanggan. Kemudian dilakukan analisis untuk menentukan skala prioritas perbaikan. Rekomendasi perbaikan yang diberikan berdasarkan atribut yang mempunyai nilai kesenjangan yang paling tinggi. Fasilitas internet yang memadai dengan nilai *gap* (-1,75), disarankan agar karyawan rutin membersihkan kamar setiap hari meski tidak ada pelanggan yang menginap, karyawan berpenampilan rapi dengan *gap* nilai (-1,28), disarankan agar pemilik *Guesthouse* memberikan seragam untuk karyawannya, kebersihan kamar dengan nilai *gap* (-0,68), disarankan agar karyawan rutin membersihkan kamar meski saat tidak ada pelanggan yang menginap, kebersihan kamar mandi dengan nilai *gap* (-0,55), disarankan agar karyawan rutin membersihkan kamar mandi dan memeriksa kelengkapan meski saat tidak ada pelanggan yang menginap, terdapat CCTV di titik - titik tertentu dengan nilai *gap* (-0,54), disarankan agar pihak pemilik *Guesthouse* menambahkan jumlah CCTV yang ada dan memperbaiki CCTV yang sudah rusak atau tidak berfungsi, dst. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Pisang Kipas *Guesthouse* dalam meningkatkan kualitas pelayanan nya dengan melakukan perbaikan terhadap masing - masing atribut pelayanan.

Kata Kunci: Peningkatan Kualitas Pelayanan, *Service Quality*, Analisa *Gap 5*

SUMMARY

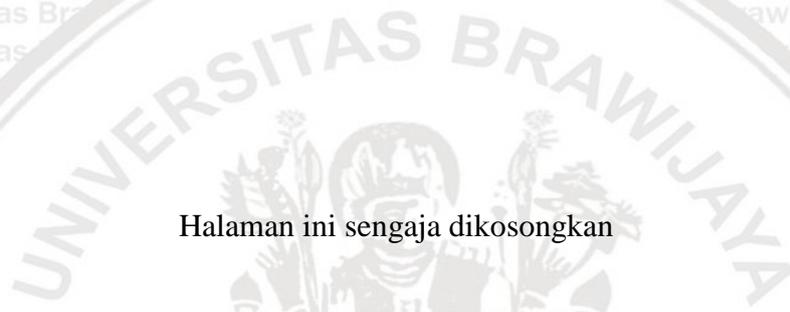
MUHAMMAD SALMAN FARISI, Industrial Engineering, Faculty of Engineering Brawijaya University, August 2017, *The Application of Service Quality Method In Order to Improve Lodging Service Quality*, Arif Rahman and Ceria Farela Mada Tantrika.

Pisang Kipas Guesthouse is one of the existing lodging in Malang. The rivalry between hotel business sector is increasingly competitive with the development of new hotels. This may cause lodging service providers like Guesthouse to lose competitiveness with new hotels. It is also supported by the development of science and technology as well as improving the standard living of the people. Therefore, an analysis is required to improve the quality of service that can attract more customers and can compete with other hotels or inns.

The method that used in this research is Service Quality (Servqual) with GAP 5 analysis, which can measure the gap between expectation and customer perception to perceived service based on the five quality dimension, that is Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy, and then to be able to provide recommendation or suggestions for improvement. The data is obtained based on the results from the questionnaire of customer needs.

Based on the results of research using Service Quality method, obtained servqual score for each dimension, which is Tangibles (-0.69), Reliability (-0.06), Responsiveness (-0.17), Assurance (-0.07), and Empathy (0.12) . This shows that the existing service at Pisang Kipas Guesthouse has not been able to satisfy the expectations of the customers. The next step is to perform an analysis to determine the priority scale of the improvement. Recommendation of improvement are given based on attributes that have the highest value. Adequate internet facility with gap value (-1.75), it is recommended that Pisang Kipas Guesthouse to improves network speed and its range by changing the modem or its internet package , the employees look neat with the gap value (-1.28), it is recommended that Guesthouse owners provide uniforms for their employees, Cleanliness with (-0.68), it is recommended that employees routinely clean the room even when no customers are staying, bathroom cleanliness with gap value (-0.55), it is recommended that employees routinely clean and check the completeness of room facility even when no customers are staying, there is CCTV in point - a point with a gap value of (-0.54), it is suggested that the owner of the Guesthouse add the number of existing CCTV and repair the damaged or non-working CCTV, etc. The results of this research is expected to be helpful for Pisang Kipas Guesthouse to enhance the quality of their service by making improvements for each service attribute.

Keyword: *Improvement of Service Quality, Service Quality, Gap 5 Analysis*



Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB I PENDAHULUAN

Untuk melakukan penelitian dibutuhkan beberapa hal yang mendukung dasar dari pelaksanaan penelitian yang ada. Pada bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan asumsi penelitian.

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2016), perkembangan bisnis hotel mengalami peningkatan sebesar 49,67%. Hal ini didukung dengan jumlah kunjungan wisatawan yang terus mengalami kenaikan sebesar setiap tahunnya. Peluang bisnis perhotelan tersebut juga didasari dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia, Sementara jumlah hotel & *Guest House* yang ada di Indonesia masih bergantung pada pihak investor dalam mengembangkan atau membuat pembangunan hotel baru. Karena investasi ini membawa dampak positif bagi penambahan pendapatan Negara seiring banyaknya wisatawan yang mengunjungi serta membuka peluang kerja dan peningkatan kualitas dari sumber daya manusia saat ini.

Industri Pariwisata erat kaitannya dengan Industri Jasa. Elemen yang mendukung faktor pariwisata salah satunya adalah sektor perhotelan dan penyedia jasa penginapan lainnya. Persaingan hotel dan penyedia jasa penginapan di Kota Malang sangat kompetitif dengan semakin banyaknya pertumbuhan hotel baru di Malang. Hal ini menyebabkan penyedia jasa penginapan seperti *GuestHouse* kalah saing dengan hotel – hotel yang ada di Malang. Hal ini juga didukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, peningkatan taraf hidup masyarakat, serta peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya kenyamanan dalam menginap di hotel, maka hal tersebut menyebabkan meningkatnya tuntutan dari masyarakat akan pelayanan yang berkualitas.

Pisang Kipas *Guesthouse* merupakan satu dari sekian banyak tempat penginapan yang ada di kota Malang. *Guesthouse* ini pada awalnya adalah sebuah kos – kosan. Tetapi pemilik kos melihat potensi bisnis dari penyedia jasa layanan penginapan, sehingga kos tersebut di renovasi dan dialihkan fungsinya sebagai *Guesthouse*. Penginapan yang berdiri pada tahun 2012 ini layak di jadikan rekomendasi bagi para wisatawan lokal karena terletak tepat di jantung Kota Malang.

Mengutip dari *Media Centre* Dinas Kominfo Kota Malang, Walikota Malang H.

Moch. Anton mengatakan bahwa pertumbuhan atau semakin bertambahnya *guest house* di Kota Malang harus dibatasi, karena selain jumlahnya lebih dari cukup. Sebagai kota yang juga disebut Kota Pariwisata, di Kota Malang juga diperlukan adanya tempat beristirahat atau tempat menginap yang nyaman dan memadai, seperti halnya *guest house*. Terkait hal tersebut, saat ini jumlah hotel dan *guest hotel* di Kota Malang sudah semakin menggeliat dan bersaing ketat.

Berdasarkan data yang dihimpun dari agen *travel*, saat ini tercatat ada 33 *guesthouse* yang terdapat di Kota Malang. 36% persen diantaranya merupakan *Guesthouse* baru. Tentunya dengan fisik bangunan yang baru dan fasilitas yang lebih lengkap dan memadai. Hal ini menyebabkan *Guesthouse* seperti Pisang Kipas yang mempunyai bentuk bangunan fisik yang lama tidak mempunyai daya saing yang cukup untuk bersaing dengan penginapan lainnya. Selain itu, pelayanan yang ditawarkan oleh Pisang Kipas *Guesthouse* dianggap belum dapat memenuhi harapan atau ekpektasi pelanggan akan pelayanan yang berkualitas.

Service Quality adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan (Chen, 2009). *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi atas layanan yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut – atribut yang meliputi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* (Tjiptono, 2002: 70). Untuk itu, diperlukan adanya analisa untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan agar dapat menarik minat lebih banyak pelanggan dan dapat bersaing dengan hotel atau penginapan yang lainnya.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengunjung Pisang Kipas *Guesthouse* Periode April – Juli 2017

Jenis Kamar	Bulan			
	April	Mei	Juni	Juli
Family AC	4	6	2	1
Family	1	0	3	3
Deluxe AC	6	8	2	4
Deluxe	5	3	6	5
Medium	4	6	3	2
Ekonomi	7	8	8	6
Total				103

Berdasarkan data pengunjung periode April – Juli 2017, jumlah pengunjung tidak dapat memenuhi target yang telah ditetapkan oleh Pisang Kipas *Guesthouse*. Hal ini berimbas pada menurunnya profit Pisang Kipas *Guesthouse*.

Tabel 1.2
Jenis Fasilitas Yang Ditawarkan Pisang Kipas *Guesthouse*

Kamar	Harga	Fasilitas
Family AC	Rp 265.000,-	TV, AC, Wi-Fi, Air Panas & Sarapan
Family	Rp 245.000,-	TV, Kipas Angin, Wi-Fi, Air Panas & Sarapan
Deluxe AC	Rp 215.000,-	TV, AC, Wi-Fi, Air Panas & Sarapan
Deluxe	Rp 195.000,-	TV, Kipas Angin, Wi-Fi, Air Panas & Sarapan
Medium*	Rp 175.000,-	TV, Kipas Angin & Sarapan
Ekonomi*	Rp 100.000,-	TV, Kipas Angin & Sarapan

* Medium dan Ekonomi kamar mandi diluar.

Jenis kamar yang ditawarkan di Pisang Kipas *Guesthouse* berjumlah 6 dengan fasilitas yang berbeda setiap jenisnya. Dari total 15 kamar yang ada, 2 diantaranya merupakan kamar *Family AC*, 1 kamar *Family*, 3 kamar *Deluxe AC*, 2 kamar *Deluxe*, 3 kamar *Medium*, dan 4 kamar *Ekonomi*. Pemesanan kamar dipengaruhi oleh cuaca di Kota Malang, pada bulan Juni – November pelanggan cenderung memilih kamar yang tidak memakai AC, hal ini dikarenakan pada bulan tersebut, suhu bisa mencapai 21 °C.

Service Quality (Servqual) digunakan untuk mengetahui kesenjangan antara pelayanan yang telah diberikan dengan harapan dari pelanggan serta dapat digunakan untuk merencanakan kondisi atau sistem penyedia layanan penginapan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan meningkatkan mutu pelayanan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada dapat ditarik identifikasi masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kalah saing dengan penginapan lainnya.
2. Pelayanan yang diberikan belum dapat memenuhi ekspektasi dari pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang ada didapatkan dari identifikasi masalah tersebut adalah:

1. Apa saja yang menjadi kebutuhan atau ekspektasi konsumen terhadap pelayanan jasa Pisang Kipas *Guesthouse*?
2. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan di Pisang Kipas *GuestHouse* ?
3. Apa saja rekomendasi yang dapat dilakukan oleh pemilik penginapan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen dalam memilih tempat penginapan yang mempunyai kualitas pelayanan yang tinggi.
2. Untuk menghitung tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh penyedia jasa penginapan.
3. Untuk mengusulkan langkah – langkah atau upaya yang dapat dilakukan penyedia jasa dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sebagai bahan evaluasi pelayanan yang telah dilakukan
2. Mengetahui tindakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga lebih banyak pelanggan yang puas. Pelanggan lama bersedia kembali dan pelanggan baru tertarik untuk menggunakan layanan Pisang Kipas *Guesthouse*.

1.6 Batasan Masalah

Untuk menentukan analisis data yang lebih terarah maka diperlukan batasan pada penelitian ini yaitu:

1. Objek penelitian adalah pelanggan di Pisang Kipas *Guesthouse*.
2. Responden pernah menginap di hotel atau penginapan lain.

1.7 Asumsi

Asumsi – asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Tarif penginapan tidak mengalami perubahan ketika penelitian berlangsung.
2. Tidak ada proses perbaikan atau renovasi bangunan ketika penelitian berlangsung.
3. Konsumen yang menjadi responden dianggap telah mewakili pelanggan pengguna jasa penginapan tersebut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dasar-dasar teori diperlukan sebagai panduan dan acuan bagi penelitian yang dilaksanakan. Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu dan tinjauan pustaka yang digunakan.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu kepada beberapa penelitian serupa yang pernah dilaksanakan.

Tujuan dari penggunaan penelitian terdahulu adalah sebagai referensi yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian selain sumber buku. Subbab ini berisi *review* masing-masing penelitian tentang manajemen risiko operasional.

1. Rahmawati, H (2010) melakukan penelitian untuk menganalisa pelayanan di kantor perpustakaan dan arsip Kabupaten Karanganyar. Peneliti menggunakan metode *Servqual* untuk mengukur kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan. Dari penelitian mengenai kepuasan pelanggan, diketahui bahwa menurut responden ada 38 atribut yang mempengaruhi penilaian mereka terhadap kinerja pelayanan jasa perpustakaan. Dari hasil perhitungan *servqual*, sebagian atribut bernilai negative dan gap rata-rata yang diperoleh sebesar -0,717, ini menunjukkan bahwa pelayanan kantor perpustakaan dan arsip Kabupaten Karanganyar belum memenuhi harapan pengguna.
2. Agus, Moses, dan Eko (2011) melakukan penelitian untuk mengukur kualitas layanan menggunakan metode *Servqual* dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) pada Jurusan Teknik Industri Universitas XYZ. Pengukuran dengan *Servqual* untuk mendapatkan skor kualitas layanan sedangkan CFA bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat validitas dan reliabilitas data sampel. Berdasarkan pengolahan data dengan metode CFA, diketahui bahwa seluruh data sampel mempunyai tingkat validitas dan reliabilitas yang baik dengan skor kualitas layanan adalah -1,207326.
3. Hakim, A (2013) melakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui integrasi metode *Servqual* dan model KANO pada bengkel Alfa Motor AHASS 2763, Yogyakarta. Berdasarkan analisis *Servqual* menunjukkan kualitas

pelayanan berdasarkan identifikasi kesenjangan yang terjadi antara tingkat kinerja dan tingkat harapan memerlukan perhatian lebih dari pihak perusahaan. Sedangkan menurut analisis model KANO, semua atribut pelayanan di bengkel motor AHASS 2763 berada di kategori *one-dimensional* kecuali dua atribut, yaitu karyawan berpakaian rapid an waktu operasional bengkel sesuai kebutuhan pelanggan yang berada di kategori *attractive*.

Perbandingan obyek penelitian yang digunakan dan perhitungan yang dilakukan dalam beberapa penelitian disajikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Terkini

No	Peneliti	Obyek Penelitian	Metode	Hasil
1	Herlina Rahmawati (2010)	Kantor Perpustakaan dan Arsip Kab. Karanganyar	<i>Service Quality</i>	Usulan Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan
2	Agus Salim (2011)	Jurusan Teknik Industri Universitas XYZ	<i>Service Quality & Confirmatory Factor Analysis</i>	Usulan Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan
3	Andi Hakim (2013)	Bengkel Alfa Motor, Yogyakarta	<i>Service Quality & Model KANO</i>	Usulan Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan
4	Penelitian ini	Pisang Kipas <i>Guesthouse</i> , Malang	<i>Service Quality</i>	Rekomendasi Perbaikan Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan <i>Guesthouse</i>

2.2 Jenis – jenis Akomodasi

Akomodasi adalah sarana untuk menyediakan jasa pelayanan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya. Berikut adalah uraian singkat mengenai jenis – jenis akomodasi :

1. Hotel

Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh hotel bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersil (Keputusan Menteri Parpostel no Km 94/HK103/MPPT 1987). Jenis hotel berdasarkan kelas dibagi menjadi 5, yaitu:

a. Hotel Bintang Satu (*)

- Jumlah kamar *standar* minimal 15

- Kamar mandi di dalam
 - Luas kamar standar minimum 20 m²
- b. Hotel Bintang Dua (**)
- Jumlah kamar *standard* minimum 20 kamar
 - Kamar *Suite* minimum 1 kamar
 - Luas kamar standar minimum 22 m²
 - Luas kamar *Suite* minimum 44 m²
- c. Hotel Bintang Tiga (***)
- Jumlah kamar *standard* minimum 30 kamar
 - Kamar *Suite* minimum 2 kamar
 - Luas kamar standar minimum 24 m²
 - Luas kamar *Suite* minimum 48 m²
- d. Hotel Bintang Empat (****)
- Jumlah kamar standar minimum 50 kamar
 - Kamar *Suite* minimum 3 kamar
 - Luas kamar standar minimum 26 m²
 - Luas kamar *Suite* minimum 50 m²
- e. Hotel Bintang Lima (*****)
- Jumlah kamar standar minimum 100 kamar
 - Kamar *Suite* minimum 4 kamar
 - Luas kamar standar minimum 28 m²
 - Luas kamar *Suite* minimum 52 m²

2. Motel

Sejenis akomodasi yang biasanya terdapat di antara dua kota besar, dapat untuk tempat tinggal kurang dari 24 jam dan memiliki pintu masuk sendiri dan satu garasi.

3. *Guesthouse*

Guesthouse merupakan sejenis fasilitas akomodasi, baik milik perorangan maupun perusahaan yang diperuntukkan khusus bagi tamu hendak menginap. *Guesthouse* juga dapat berupa rumah pribadi yang dikonversi untuk kepentingan tamu. Fasilitas yang ditawarkan sederhana, sebagian besar tanpa menyediakan keperluan makan dan minum tamunya.

4. Hostel

Penginapan jenis ini cenderung seperti asrama, artinya tamu yang menginap disini harus berbagi ruangan dengan tamu yang lain.

5. Resort

Ciri utama dari *resort* adalah memiliki bangunan yang luas dan terletak di lokasi yang strategis, biasanya dekat dengan area pantai atau daerah pegunungan dengan alam yang sejuk. *Resort* minimal harus memiliki fasilitas berupa restoran, kolam renang dan spa untuk memanjakan pengunjung yang tengah berlibur.

6. Villa

Villa dikategorikan sebagai penginapan yang berbentuk rumah dan lokasinya jauh dari keramaian sehingga sangat nyaman ditempati tamu. *Villa* juga dibangun pada tempat yang masih alami untuk menambah keindahan dan keasrian hunian.

7. Cottage

Penginapan jenis ini mirip dengan *villa*, namun biasanya berupa bangunan seperti pondok atau rumah kecil yang terpisah – pisah dan sederhana. Lokasinya juga biasanya di daerah dekat pantai dan danau yang mengandalkan pemandangan alam.

8. Bungalow

Penginapan jenis ini biasanya berupa bangunan berbentuk rumah – rumah yang berlokasi jauh dari pusat keramaian. Harganya cukup terjangkau apalagi jika disewa beramai – ramai.

9. Inn

Inn adalah sejenis akomodasi yang berlokasi di area peristirahatan dekat dengan area kota dan menyediakan tempat nginap, makan dan minuman serta pelayanan lainnya. *Inn* biasanya digunakan sebagai tempat menginap darurat wisatawan yang melakukan perjalanan jauh dan jarang ditempati dalam jangka waktu yang lama.

2.3 Pengertian Jasa

Jasa / pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Dalam pengertian yang lain, jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan konsumen. Jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen (Zethaml dan Bitner, 1996). Jasa terdiri dari tindakan dan interaksi yang merupakan kontak social (Norman,

1994). Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen (Supranto, 1997: 227).

Pentingnya pelayanan terhadap pelanggan biasanya berhubungan erat dengan bisnis jasa yang dilakukan dalam upaya memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan. Pentingnya pelayanan juga merupakan strategi dalam rangka memenangkan persaingan, akan tetapi tidak cukup hanya dengan memberikan rasa puas dan perhatian terhadap pelanggan saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan pelanggan, sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari pelanggan.

2.3.1 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dengan produk / barang (Kotler, 1998, 277), yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud, tidak dapat diraba, dirasa, didengar sebelum jasa tersebut dibeli. Seorang konsumen akan percaya kepada penyedia jasa apabila penyedia jasa mampu mengarahkan atau meyakinkan konsumen agar bersedia membeli jasa yang ditawarkan.

2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) akan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. Keanekaragaman (*variability*)

Mutu jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa disamping waktu, tempat, dan bagaimana disediakan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan atau dijual atau dipakai kemudian. Mudah lenyapnya jasa tidak menjadi masalah bila permintaan tetap karena mudah untuk lebih dahulu mengatur staf untuk melakukan jasa itu.

Philip Kotler dalam (Supranto, 1997: 228) menyebutkan macam - macam jasa sebagai berikut:

1. Barang berwujud murni

Disini hanya terdiri dari barang berwujud seperti pasta gigi dan sabun. Tidak ada jasa yang menyertai produk tersebut.

2. Barang berwujud yang disertai jasa

Disini terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya rari pelanggan. Contohnya : produsen mobil tidak hanya menjual mobil, melainkan juga kualitas dan pelayanan kepada pelanggannya (*service*, pelayanan pasca jual).

3. Campuran

Disini terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Contohnya : restoran yang harus didukung oleh makanan dan pelayannya.

4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Disini terdiri dari jasa utama dsengan jasa tambahan dan/atau barang pelengkap.

Contohnya: penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi. Selama perjalanan tersebut meliputi barang – barang berwujud seperti makanan, minuman, dan majalah penerbangan. Jasa tersebut membutuhkan barang padat modal (pesawat udara) agar terealisasi, tetapi komponen utamanya adalah jasa.

5. Jasa murni

Disini hanya terdiri jasa. Contohnya: psikolog atau psikoterapi.

2.4 Kualitas Pelayanan

Menurut Keputusan Men.PAN Nomor 63/KEP/M. PAN/7/2003 dalam (Nurul, 2003) tentang pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, kualitas pelayanan yaitu kepastian prosedur, waktu, dan pembiayaan yang transparansi dan akuntabel yang harus dilaksanakan secara utuh oleh setiap instansi dan unit pelayanan instant pemerintah sesuai dengan tugas dan fungsinya secara menyeluruh. Penyempurnaan definisi pelayanan public menurut KEP/25M.PAN/2/2004 yaitu segala kegiatan pelayanan yang dilaksakan public sehingga upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kualitas merupakan salah satu indikator penting pagi perusahaan atau penyedia jasa layanan untuk dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan industry bisnis. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan. Kualitas adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Juran, 1993: 32). Kecocokan penggunaan suatu jasa adalah apabila jasa tersebut dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan yang ramah, sopan serta jujur sehingga dapat menyenangkan atau memuaskan pelanggan. Dalam ISO 8402 dan SNI (Standar Nasional Indonesia) kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk

atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk / jasa, manusia, proses, dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen (Garvin, 1998). Selera atau harapan konsumen pada suatu produk / jasa akan selalu berubah sehingga kualitasnya pun harus dapat disesuaikan. Dengan perubahan kualitas perubahan proses dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk atau jasa dapat memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan dibagi menjadi lima macam (Kotler, 2006: 110), yaitu:

1. Keandalan (*reliability*)
Kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. Ketanggapan (*responsiveness*)
Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.
3. Jaminan (*Assurance*)
Kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, perhatian dan kesopanan dalam memberikan keamanan dan kenyamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari kompetensi dan kesopanan yang meliputi keramahan, perhatian, pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan pelayanan serta sikap para karyawan.
4. Empati (*emphathy*)
Syarat untuk peduli dan memberi perhatian pribadi kepada pelanggan. Seperti perhatian secara individual yang diberikan perusahaan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan para pelanggannya.
5. Berwujud (*tangible*)
Penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan media komunikasi. Aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran pelayanan karena suatu pelayanan tidak dapat dilihat dan tidak dapat diraba.

2.4.1 Model Kualitas Jasa

Model kualitas jasa yang dibuat mengidentifikasi lima kesenjangan (*gap*) yang dapat menyebabkan kegagalan penyampaian jasa. Leonard L. Berry, Parasuraman, dan Valerie A. Zeithaml (1985) menjelaskan kelima kesenjangan tersebut, yaitu:

1. *Gap* antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen

Gap ini mengenai perbedaan yang muncul karena *top management* tidak mengerti apa yang dianggap sebagai kualitas bagi konsumen. *Gap* pertama timbul akibat kurangnya riset pasar, komunikasi yang kurang baik, dan terlalu banyaknya tingkat manajemen. Sehingga pihak manajemen tidak selalu dapat memahami secara tepat apa keinginan pelanggan.

2. *Gap* antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas layanan

Gap ini disebabkan karena kurangnya komitmen manajemen pada kualitas pelayanan, standar kerja yang kurang baik dan tidak adanya penetapan tujuan. Sehingga pihak manajemen tidak dapat merumuskan dengan tepat bagaimana cara untuk memuaskan pelanggan.

3. *Gap* antara spesifikasi kualitas layanan dan penyediaan layanan

Gap ini terjadi karena beban kerja yang melampaui batas, ketidakpastian pembagian kerja, konflik antar pekerja, serta kemampuan pegawai dan jenis pekerjaan yang tak sesuai. Hal ini menyebabkan pegawai tidak dilatih dengan baik untuk menghadapi pelanggan.

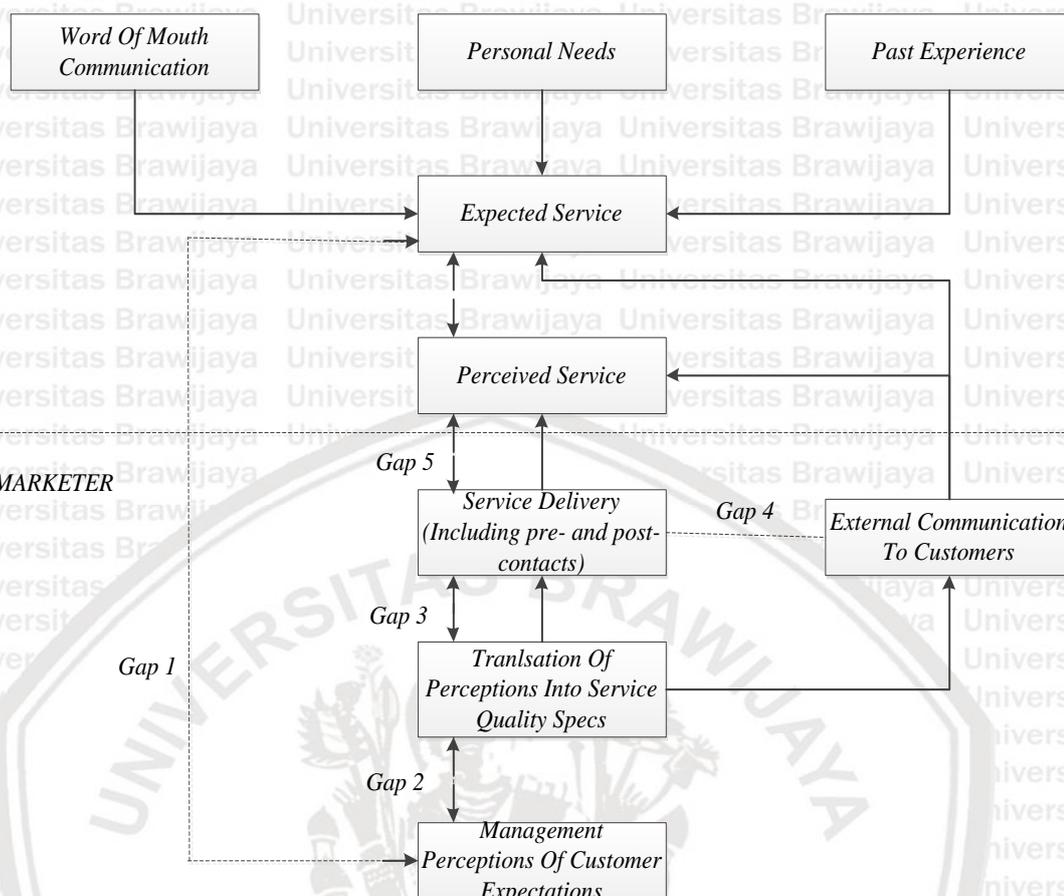
4. *Gap* antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal

Gap ini disebabkan oleh komunikasi yang tidak terarah antara departemen pada suatu perusahaan dan kecenderungan penawaran yang berlebihan sehingga apa yang dijanjikan perusahaan tidak sesuai dengan jasa yang diberikan.

5. *Gap* antara pelayanan yang dirasakan dan pelayanan yang diharapkan

Gap ini terjadi karena ada perbedaan antara harapan konsumen terhadap suatu pelayanan dengan apa yang dirasakan konsumen atas pelayanan tersebut.

CONSUMER



Gambar 2.1 Hubungan antara *Expected* dan *Perceived Service*
 Sumber: Valerie A. Zeithmal (1990: 19)

2.5 Pelanggan

Pelanggan adalah seseorang yang melakukan pembelian suatu produk atau jasa dan melakukan interaksi pada periode waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Secara definisi, pelanggan adalah seorang individu ataupun kelompok yang membeli produk fisik atau jasa dengan mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti harga, kualitas, tempat, pelayanan dan lain sebagainya berdasarkan keputusan mereka sendiri (Greenberg, 2010).

2.5.1 Jenis Pelanggan

Pada dasarnya terdapat tiga macam pelanggan dalam kualitas modern (Nasution, 2001: 34), yaitu:

1. Pelanggan Internal

Orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi pekerjaan kita. Bagian – bagian pembelian, produksi, penjualan, pembayaran gaji,

rekrutmen, dan karyawan merupakan contoh dari pelanggan internal. Sebagai contoh, bagian pembayaran gaji harus memandang karyawan yang dibayar gajinya sebagai pelanggan yang harus dipuaskan.

2. Pelanggan Antara
Adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir dari produk. Distributor yang mendistribusikan produk – produk dan agen perjalanan yang memesan kamar hotel atau tiket penerbangan untuk pemakai akhir merupakan contoh dari pelanggan antara.
3. Pelanggan Eksternal
Adalah pelanggan akhir dari suatu produk, atau sering disebut sebagai pelanggan nyata. Pelanggan eksternal merupakan orang yang membayar untuk menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan.

2.5.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan atas penggunaannya produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Yamit, 2002: 78). Dari definisi tersebut, perusahaan harus berusaha mengetahui apa yang menjadi harapan atau keinginan dari pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Harapan pelanggan dapat didefinisikan secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi pelanggan terhadap kepuasan. Terdapat lima faktor yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan (Lupiyoadi, 2001:158), yaitu:

1. Kualitas Produk
Pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan
Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Mengetahui persepsi pelanggan sangatlah penting agar tidak terjadi kesenjangan persepsi antara pihak perusahaan dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Tjiptono, 2001: 25).



Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan
Sumber: Tjiptono (2001: 25)

2.5.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan (Yamit, 2002: 80), antara lain adalah:

1. Sistem Pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan, dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Sebab saran dan keluhan para pelanggan pada dasarnya dilandasi oleh pengalaman mereka sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap produk ataupun jasa yang didapatkan.

2. Survey Pelanggan

Survey pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, seperti melalui surat pos, telepon, maupun wawancara langsung.

3. Panel Pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk atau jasa dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut. Dari pertemuan tersebut akan diperoleh informasi mengenai tingkat kepuasan yang telah dirasakan dari pelanggan – pelanggan tersebut.

2.6 Metode Service Quality (Servqual)

Untuk mengukur *gap* antara harapan dan persepsi konsumen atas pelayanan yang dirasakan, maka Parasuraman *et al.* mengembangkan model pengukuran *Servqual* (*Service Quality*). *Gap* yang terjadi antara ketidaksesuaian kinerja perusahaan dengan harapan pelanggan, dimana hal tersebut yang menjadi dasar pengukuran kualitas jasa. *Servqual* merupakan skala multi-item yang terdiri dari dua kelompok pertanyaan, yaitu kelompok pertanyaan pertama yang bertujuan untuk mengetahui harapan pelanggan terhadap layanan yang akan diberikan dan kelompok pertanyaan kedua yang bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang telah mereka terima (Nasution, 2004: 47).

<i>Original Ten Dimension For Evaluating Service Quality</i>	<i>Tangibles</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>	<i>Empathy</i>
<i>Tangibles</i>					
<i>Reliability</i>					
<i>Responsiveness</i>					
<i>Competence</i> <i>Courtesy</i> <i>Credibility</i> <i>Security</i>					
<i>Access</i> <i>Communication</i> <i>Understanding the Customer</i>					

Gambar 2.3 Korelasi Antara Dimensi SERVQUAL Dengan Sepuluh Dimensi Dasar
Sumber: Zeithaml, Parasuraman, Berry (*Delivering Quality Service*, 1990:25)

2.6.1 Kuesioner

Kuesioner dapat dibedakan menjadi tiga jenis (Arikunto, 1998: 151), berdasarkan bentuk dari struktur pertanyaan, yaitu:

1. Kuesioner terstruktur
Kuesioner yang kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu sehingga responden tidak mempunyai kesempatan memberikan jawaban yang lain.
2. Kuesioner terbuka
Kuesioner yang kemungkinan jawabannya tidak ditentukan terlebih dahulu, responden bebas memberikan jawaban.
3. Kombinasi antara kuesioner terstruktur dan terbuka
Kuesioner yang jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu lalu terdapat juga pertanyaan terbuka yang memberikan responden kebebasan dalam menjawab.

Dalam menyusun kuesioner, hendaklah mengetahui petunjuk dalam pengerjaannya sehingga kuesioner yang disusun tidak menyulitkan responden. Seperti yang dijelaskan oleh Bailey (1987), petunjuk dalam pengerjaan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Pertanyaan yang mudah sebaiknya ditempatkan pada bagian awal kuesioner.
2. Pertanyaan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti.
3. Pertanyaan disusun secara jelas dan spesifik.
4. Pertanyaan harus berhubungan dengan masalah dan sasaran penelitian.
5. Pertanyaan tidak boleh menggiring responden untuk memberikan jawaban tertentu.
6. Hindari pertanyaan yang ambigu.
7. Pertanyaan tidak boleh berisi hal-hal yang bersifat pribadi dan sensitif.
8. Hindarkan pertanyaan yang memiliki pemikiran yang tajam.
9. Pertanyaan sensitive dan pertanyaan model jawaban terbuka sebaiknya ditempatkan di bagian akhir kuesioner.
10. Gunakan pertanyaan secara singkat dan jelas.

2.6.2 Penyusunan Skala

Skala adalah suatu ukuran yang dibuat untuk mengurutkan responden dalam ukuran yang tepat berdasarkan variable-variabel tertentu. Skala disusun berdasarkan penunjukkan skor pada pola-pola atribut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Penggunaan skala Likert banyak digunakan dalam berbagai penelitian yang dilakukan untuk mencari dan mengukur perilaku, kepuasan konsumen.

Skala ini sudah terbukti mudah dimengerti oleh responden dalam memberikan penilaian terhadap suatu atribut. Dalam skala Likert tidak diminta persetujuannya terhadap sesuatu, tetapi diminta untuk memilih jawaban-jawaban yang tersedia, setiap jawaban ini akan diberi nilai.

Tabel 2.2
Skor Skala Likert

PENDAPAT	SKOR
Sangat Baik	5
Baik	4
Biasa Saja	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Semua skala ganjil ini mempunyai nilai tengah yang diberi label netral. Tetapi dapat dapat pula digunakan skala genap. Pada situasi ini responden dipaksa untuk menentukan apakah mereka puas atau tidak puas dalam pelayanan yang diberikan (Azwar, 1999). Skala Likert digunakan sebagai indikator terhadap harapan pelanggan akan layanan yang didapatkan dan persepsi pelanggan berdasarkan layanan yang dirasakan. Pada dimensi harapan, skor 1 mengindikasikan bahwa konsumen berekspektasi atribut layanan yang akan didapatkan tidak baik dan skor 5 mengindikasikan sangat baik. Sedangkan pada dimensi persepsi, skor 1 mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan akan layanan yang dirasakan tidak memuaskan dan skor 5 mengindikasikan sangat puas akan layanan yang diberikan.

2.7 Penentuan Jumlah Sampel Minimum

Sampel merupakan sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan suatu prosedur tertentu dan diharapkan dapat mewakili suatu populasi (Mustofa, 2000). Rumus untuk menghitung jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah rumus Slovin (Ridwan, 2005: 65).

$$n = \frac{N}{Nd^2+1} \quad (2.1)$$

Dimana:

n = Jumlah sampel minimum

N = Jumlah populasi

d = Nilai Presisi atau *error*

2.8 Nilai Ekspektasi Pelanggan

Untuk mengetahui nilai ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan adalah dengan cara menghitung rata - rata bobot penilaian pelanggan. Adapun rumus untuk menghitung nilai ekspektasi pelanggan adalah sebagai berikut :

$$TH_i = \frac{(H_1 \times 1) + (H_2 \times 2) + (H_3 \times 3) + (H_4 \times 4) + (H_5 \times 5)}{N} \quad (2.2)$$

Dimana:

TH_i = Nilai Ekspektasi

H_1 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Sangat Tidak Baik”

H_2 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Kurang Baik”

H_3 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Biasa Saja”

H_4 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Baik”

H_5 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Sangat Baik”

N = Jumlah total responden

Setelah nilai ekspektasi dari setiap atribut di peroleh, kemudian menghitung nilai ekspektasi dari masing - masing dimensi kualitas. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai ekspektasi masing - masing dimensi adalah sebagai berikut :

$$H_{ij} = \frac{\sum TH_{ij}}{n_i} \quad (2.3)$$

Dimana:

H_{ij} = Nilai Ekspektasi pelanggan pada dimensi j

TH_{ij} = Nilai Ekspektasi pelanggan terhadap atribut pelayanan i

n_i = Jumlah atribut dalam dimensi j

2.9 Nilai Persepsi Pelanggan

Setelah mendapatkan nilai ekspektasi pelanggan maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai persepsi pelanggan terhadap pelayanan untuk setiap atribut dan masing - masing dimensinya. Adapun rumus untuk menghitung nilai persepsi pelanggan adalah sebagai berikut :

$$TP_i = \frac{(P_1 \times 1) + (P_2 \times 2) + (P_3 \times 3) + (P_4 \times 4) + (P_5 \times 5)}{N} \quad (2.4)$$

Dimana:

TP_i = Nilai Persepsi

P_1 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Sangat Tidak Baik”

20

 P_2 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Kurang Baik” P_3 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Biasa Saja” P_4 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Baik” P_5 = Jumlah pelanggan dengan jawaban “Sangat Baik” N = Jumlah total responden

2.10 *Servqual Score*

Penilaian kualitas jasa diukur dengan menghitung kesenjangan yang terjadi akibat perbedaan nilai ekspektasi dan nilai persepsi terhadap kinerja kualitas jasa yang diterima pelanggan. Jika nilai yang didapat bernilai positif, maka perusahaan telah berhasil melebihi harapan para konsumennya dalam pemberian jasa yang berkualitas. Sedangkan untuk nilai yang negative, maka perusahaan harus memperbaiki kualitas jasa mereka, sedangkan untuk nilai nol, maka kualitas jasa yang diberikan memenuhi harapan konsumen. Nilai *Servqual* dihitung dengan rumus:

$$SERVQUAL \text{ Score} = \text{Perception Score} - \text{Expectation Score} \quad (2.5)$$



BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan langkah-langkah terstruktur yang dilakukan dalam penelitian. Bab ini berisi jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, pengumpulan data, langkah-langkah penelitian, dan diagram alir penelitian.

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian aplikasi (*applied research*), karena penelitian ini berorientasi kepada penyelesaian masalah (Prasetyo, 2005: 49). Penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang terjadi di Pisang Kipas *Guesthouse* dengan menggunakan solusi yang didasarkan pada teori dari *textbook* dan berdasarkan pada hasil pengolahan data.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pisang Kipas *Guesthouse* pada bulan April - Agustus 2017

3.3 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen di Pisang Kipas *Guesthouse*,

3.4 Langkah-Langkah Penelitian

Tahapan penelitian yang penulis laksanakan adalah sebagai berikut.

1. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan pengenalan perusahaan, mengamati aktivitas - aktivitas yang ada pada perusahaan terutama yang berhubungan dengan proses produksi dan *brainstorming* dengan karyawan maupun pemilik *Guesthouse*.

2. Studi Pustaka

Dalam suatu penelitian menggunakan ilmu - ilmu yang telah dipelajari sebelumnya dan literature yang dipakai sebagai pedoman untuk memecahkan permasalahan yang ada. Studi pustaka yang dilakukan adalah menganalisis sistem penjadwalan yang

selama ini dilakukan oleh perusahaan dan mempelajari tentang penjadwalan produksi dengan membaca referensi dari *textbook* dan *website*.

3. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan langkah untuk mengetahui lebih detail tentang ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti. Dalam identifikasi masalah, kita dapat mengetahui jenis masalah tersebut dan mengetahui penyebab dari masalah tersebut.

4. Perumusan Masalah

Melakukan perumusan masalah yaitu bagaimana kualitas jasa pelayanan yang telah diberikan?

5. Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah:

- a. Wawancara, yaitu pengambilan data dengan cara diskusi dan wawancara dengan semua pihak yang berkaitan dengan permasalahan yang ada.
- b. Kuisioner, yaitu menyebarkan kuisioner yang berisi tentang kebutuhan dan harapan pada konsumen.
- c. Dokumentasi, yaitu mempelajari data yang sudah ada di perusahaan atau mengadakan catatan - catatan.

6. Pengolahan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara diskusi dan tanya jawab kepada pelanggan, karyawan, dan pemilik *Guesthouse*.

b. Penyebaran kuisioner kebutuhan pelanggan

Penyebaran kuisioner dilakukan untuk mengetahui atribut-atribut layanan yang diharapkan dan dirasakan terhadap pelayanan serta tingkat kepuasan masing-masing dimensi pelayanan.

c. Menghitung Gap 5

Menghitung *Servqual Score* dengan mengurangi nilai bobot persepsi dengan nilai bobot harapan.

d. Mengidentifikasi penyebab besarnya gap

Mengidentifikasi *gap* antara harapan dan persepsi berdasarkan masing-masing dimensi (*tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*). Dengan demikian dapat diketahui penyebab besarnya *gap*.

e. Menyusun ulang tindakan untuk meningkatkan kualitas layanan

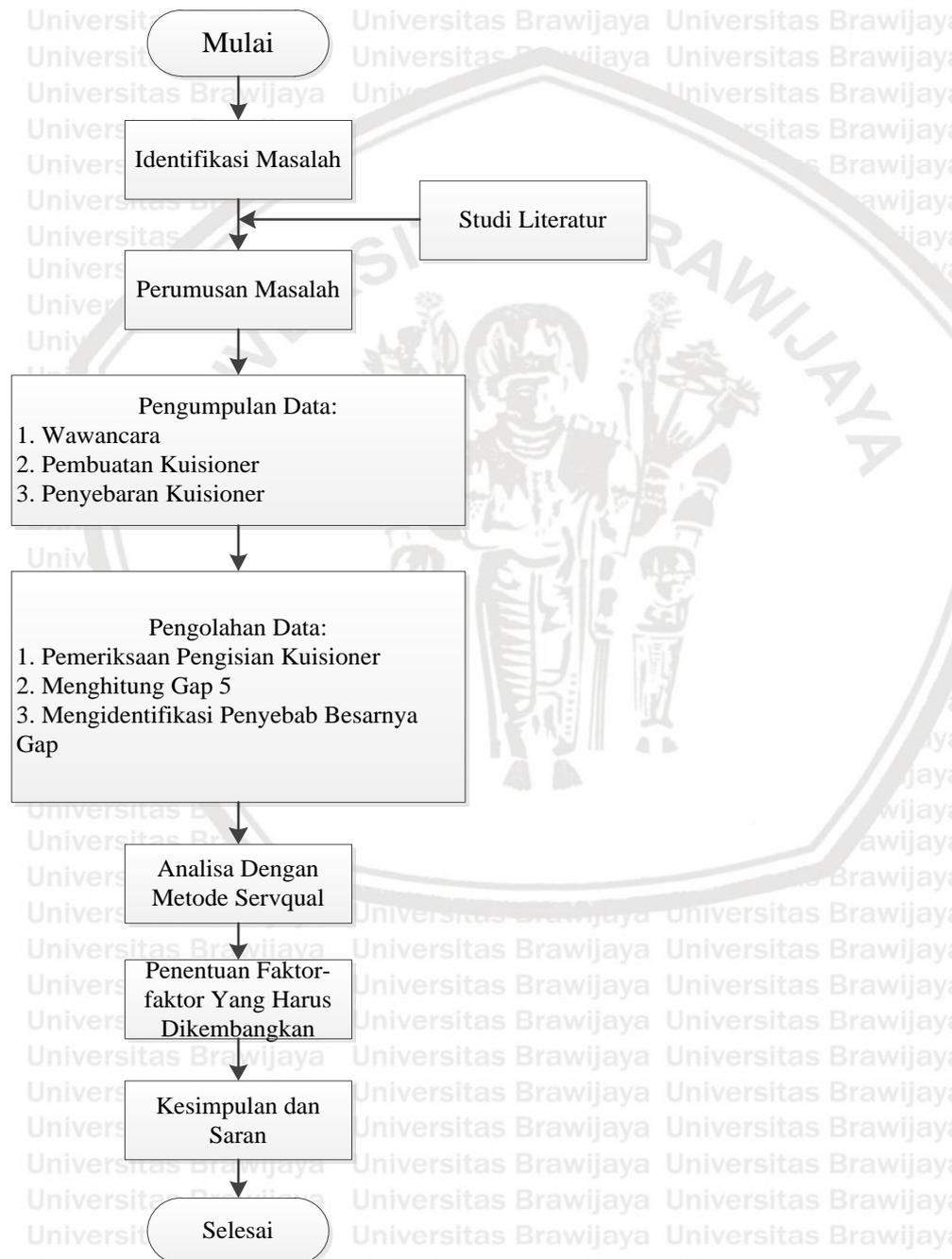
Berdasarkan hasil analisa, kita dapat menentukan atribut prioritas tiap dimensi untuk kemudian membuat rekomendasi tindakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

7. Analisis dan Pembahasan

Tahap analisis dan pembahasan dilakukan pada hasil pengolahan data yang sudah dilakukan dengan metode yang telah diterapkan. Hasil pengolahan data yang dibahas pada tahap ini adalah kualitas pelayanan yang telah diberikan dan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan tersebut.

3.5 Diagram Alir Penelitian

Diagram penelitian dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram alir penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai analisis data dan pembahasan dari masalah yang diteliti dalam penelitian ini yang disajikan berdasarkan urutan pengerjaan sehingga menemukan penyelesaian untuk masalah tersebut.

4.1 Profil Perusahaan

Berikut merupakan profil perusahaan tempat dilakukan penelitian meliputi gambaran umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan.

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Pisang Kipas *Guesthouse* adalah salah satu penginapan yang ada di Kota Malang. Pisang Kipas *Guesthouse* merupakan penginapan yang berkembang sejak pertama kali berdiri pada tahun 2012. Pada awalnya, penginapan ini adalah sebuah kos yang hanya diperuntukkan untuk mahasiswa. Namun sang pemilik kos melihat potensi dan *opportunity* dalam mengelola bisnis penginapan, khususnya *Guesthouse*, maka dari itu pemilik kos kemudian merubah fungsinya menjadi sebuah *Guesthouse*.

Penginapan yang beralamat kan di Jl. Pisang Kipas No. 2B, Lowokwaru, Malang ini sering menjadi tempat rekomendasi penginapan bagi wisatawan lokal karena memiliki tarif yang relatif murah dan lokasinya yang strategis. Pisang Kipas *Guesthouse* dalam usahanya mengembangkan kualitas pelayanannya melakukan berbagai cara yang mendukung terwujudnya hal tersebut. Hal - hal yang harus diperhatikan antara lain adalah kebersihan kamar dan *guesthouse*, fasilitas- fasilitas yang tersedia seperti wi-fi, kelengkapan kamar, karyawan, dan lain-lain. Dalam usahanya itu hal yang perlu diperhatikan oleh pemilik usaha adalah kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang diberikan mempengaruhi loyalitas pelanggan dan keinginan pelanggan baru untuk membeli jasa dan mengindikasikan daya saing yang dimiliki penginapan ini.

Untuk mencapai hasil tersebut yang perlu dilakukan adalah memahami kebutuhan dan harapan para pelanggan untuk kemudian di implementasikan oleh penyedia layanan penginapan. Untuk menginterpretasikan keinginan para pelanggan, dapat dilakukan dengan pendekatan *Service Quality* untuk mengetahui kesenjangan (*gap*) antara harapan pelanggan

terhadap kualitas pelayanan yang akan diberikan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang dirasakan.. Atribut-atribut yang dianggap kritis dapat dijadikan upaya oleh penyedia penginapan untuk segera di realisasikan agar dapat menarik lebih banyak minat pelanggan serta memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan pelanggan.

4.2 Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data diperoleh melalui wawancara yaitu dengan cara Tanya jawab secara langsung dengan pelanggan penginapan, pihak karyawan maupun pemilik penginapan yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian. Selain itu data diperoleh dengan cara melakukan observasi atau pengamatan dan pencatatan secara langsung pada obyek penelitian untuk mendapatkan gambaran nyata dari masalah yang dialami. Data yang lain diperoleh dengan penyebaran Kuesioner, dalam penyebaran Kuesioner ini diberikan kepada pelanggan untuk mengetahui atribut – atribut apa saja yang diinginkan konsumen, sehingga suara konsumen ini yang dijadikan data untuk penelitian.

4.2.1 Identifikasi Atribut Penelitian

Pada tahap ini dilakukan identifikasi atribut penelitian yang mencerminkan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan di Pisang Kipas *Guesthouse*. Atribut ini merupakan penjabaran dari lima dimensi yang digunakan dalam penelitian mengenai *Service Quality* (Parasuraman, 1985). Adapun dimensi-dimensi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Atribut Terhadap Pelayanan Pisang Kipas *Guesthouse*

No	Pernyataan
	TANGIBLE (Bentuk Fisik)
1.	Kebersihan kamar
2.	Kebersihan kamar mandi
3.	Kebersihan lingkungan penginapan
4.	Kelengkapan fasilitas kamar (selimut, handuk, cermin, sabun, pasta gigi, dll)
5.	Fasilitas internet yang memadai
6.	Ruang parkir yang memadai

No	Pernyataan
7.	Staf / Karyawan berpenampilan rapi
	RELIABILITY (Keandalan)
8.	Proses administrasi yang cepat dan tepat
9.	Memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan
10.	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan tamu
11.	Penginapan menyediakan jasa rental mobil / sepeda motor
	RESPONSIVENESS (Ketanggapan)
12.	Karyawan memberikan informasi yang jelas seputar layanan penginapan beserta fasilitasnya.
13.	Kecepatan karyawan dalam proses check in / out
14.	Karyawan bersedia membantu setiap saat
	ASSURANCE (Jaminan)
15.	Karyawan selalu bersikap sopan kepada tamu
16.	Terdapat CCTV di titik-titik tertentu
17.	Ketersediaan informasi yang memadai
18.	Larangan menginap bagi pasangan selain suami/istri
	EMPATHY (Kepedulian)
19.	Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran
20.	Keramahan dalam memberi pelayanan
21.	Kesabaran dalam memberi pelayanan

4.2.2 Penyusunan Kuesioner

Kuesioner harus sesuai dengan masalah yang diteliti. Oleh karena itu sebelum menyusun Kuesioner, masalah penelitian harus dirumuskan dengan jelas. Jenis data yang dapat dikumpulkan menggunakan Kuesioner dapat berupa kuantitatif maupun kualitatif. Yang menjadi dasar pembatasan dalam menentukan variable-variabel tersebut adalah harus dapat dipahami dan dirasakan manfaatnya. Kuesioner dapat berfungsi sebagai alat dan sekaligus teknik dalam pengumpulan data yang berisi pernyataan dalam bentuk konkrit. Contoh Kuesioner yang disebarakan pada pelanggan Pisang Kipas *Guesthouse* dapat dilihat pada (lampiran 1).

Penelitian ini menggunakan kuesioner terstruktur, yang kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu dengan jenis pertanyaan tertutup, dimana pertanyaan

tersebut membawa responden kepada jawaban yang alternatifnya sudah ditentukan. Hal ini untuk memudahkan dalam pengolahan data Kuesioner agar hasilnya tidak bias.

4.2.2.1 Penyusunan Skala Kuesioner

Seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, dalam Kuesioner ini digunakan skala *likert* 1 hingga 5 untuk menilai tingkat kepuasan pelayanan Pisang Kipas *Guesthouse*. Skala-skala tersebut adalah

1. Skala penilaian untuk ekspektasi atau harapan:

- a. Sangat Baik : 5
- b. Baik : 4
- c. Biasa Saja : 3
- d. Kurang Baik : 2
- e. Sangat Tidak Baik : 1

2. Skala penilaian untuk persepsi:

- a. Sangat Baik : 5
- b. Baik : 4
- c. Biasa saja : 3
- d. Tidak Baik : 2
- e. Sangat Tidak Baik : 1

4.2.2.2 Populasi dan Sampel Minimum

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah pelanggan lama dan pelanggan baru di Pisang Kipas *Guesthouse* periode April – Juni 2017. Pelanggan lama merupakan pelanggan yang telah menggunakan jasa penginapan tersebut minimal sebanyak 2 kali.

Dari data yang diperoleh, jumlah populasi (N) = 103 orang. Sedangkan tingkat error (e) = 5%. Dari data tersebut maka ukuran sampel ditunjukkan dalam persamaan 4.1 sebagai berikut:

$$n = \frac{103}{(103 \times 5\%)^2 + 1} = 82.4 \text{ orang} \quad (4.1)$$

Dalam penelitian tersebut ukuran sampel dibulatkan menjadi 85 orang, dimana jumlah tersebut sudah di atas jumlah minimal responden berdasarkan perhitungan di atas.

4.3 Pengolahan Data

Setiap atribut dari masing - masing dimensi memiliki *Gap* yang berbeda - beda. Berikut adalah penilaian persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan

Pisang Kipas *Guesthouse*. Contoh perhitungan nilai ekspektasi pelanggan adalah sebagai berikut :

$$TH_i = \frac{(H_1 \times 1) + (H_2 \times 2) + (H_3 \times 3) + (H_4 \times 4) + (H_5 \times 5)}{N} \quad (4.1)$$

Dimana:

TH_i = Nilai Ekspektasi

H_1 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Sangat Tidak Baik"

H_2 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Kurang Baik"

H_3 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Biasa Saja"

H_4 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Baik"

H_5 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Sangat Baik"

N = Jumlah total responden

$$TH_1 = \frac{(0 \times 1) + (0 \times 2) + (0 \times 3) + (41 \times 4) + (44 \times 5)}{85}$$

$$TH_1 = 4,48$$

Tabel 4.2

Penilaian Pelanggan Terhadap Harapan Pelayanan Pisang Kipas *Guesthouse*

No	Pelayanan dan Fasilitas	Harapan
1.	Kebersihan kamar	4,48
2.	Kebersihan kamar mandi	4,45
3.	Kebersihan lingkungan penginapan	4,42
4.	Kelengkapan fasilitas kamar (selimut, handuk, cermin, sabun, pasta gigi, dll)	4,12
5.	Fasilitas internet yang memadai	4,4
6.	Ruang parkir yang memadai	3,94
7.	Staf / Karyawan berpenampilan rapi	4,18
8.	Proses administrasi yang cepat dan tepat	4,31
9.	Memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan	4,3
10.	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan tamu	3,96
11.	Penginapan menyediakan jasa rental mobil / sepeda motor	3,67
12.	Karyawan memberikan informasi yang jelas seputar layanan penginapan	4,28
13.	Kecepatan karyawan dalam proses check in / out	4,44
14.	Karyawan bersedia membantu setiap saat	4
15.	Karyawan selalu bersikap sopan kepada tamu	4,44

No	Pelayanan dan Fasilitas	Harapan
16.	Terdapat CCTV di titik-titik tertentu	4,08
17.	Ketersediaan informasi yang memadai	4,3
18.	Larangan menginap bagi pasangan selain suami/istri	3,65
19.	Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran	4,24
20.	Keramahan dalam memberi pelayanan	4,52
21.	Kesabaran dalam memberi pelayanan	4,5

Berikut ini adalah contoh perhitungan untuk mencari Nilai Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Pisang Kipas *Guesthouse*:

$$TP_i = \frac{(P_1 \times 1) + (P_2 \times 2) + (P_3 \times 3) + (P_4 \times 4) + (P_5 \times 5)}{N} \quad (4.2)$$

Dimana:

TP_i = Nilai Persepsi

P_1 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Sangat Tidak Baik"

P_2 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Kurang Baik"

P_3 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Biasa Saja"

P_4 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Baik"

P_5 = Jumlah pelanggan dengan jawaban "Sangat Baik"

N = Jumlah total responden

$$TP_1 = \frac{(0 \times 1) + (0 \times 2) + (25 \times 3) + (51 \times 4) + (9 \times 5)}{85}$$

$$TP_1 = 3,81$$

Tabel 4.3

Penilaian Pelanggan terhadap Persepsi Pelayanan Pisang Kipas *Guesthouse*

No	Pelayanan dan Fasilitas	Persepsi
1.	Kebersihan kamar	3,81
2.	Kebersihan kamar mandi	3,9
3.	Kebersihan lingkungan penginapan	3,85
4.	Kelengkapan fasilitas kamar (selimut, handuk, cermin, sabun, pasta gigi, dll)	4,07
5.	Fasilitas internet yang memadai	2,72
6.	Ruang parkir yang memadai	4,3
7.	Staf / Karyawan berpenampilan rapi	2,9
8.	Proses administrasi yang cepat dan tepat	4,25
9.	Memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan	4,21
10.	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan tamu	3,74
11.	Penginapan menyediakan jasa rental mobil / sepeda motor	4,03
12.	Karyawan memberikan informasi yang jelas seputar layanan penginapan beserta fasilitasnya.	4,09
13.	Kecepatan karyawan dalam proses check in / out	4,22

No	Pelayanan dan Fasilitas	Persepsi
14.	Karyawan bersedia membantu setiap saat	3,9
15.	Karyawan selalu bersikap sopan kepada tamu	4,34
16.	Terdapat CCTV di titik-titik tertentu	3,54
17.	Ketersediaan informasi yang memadai	4,17
18.	Larangan menginap bagi pasangan selain suami/istri	3,67
19.	Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran	4,12
20.	Keramahan dalam memberi pelayanan	4,43
21.	Kesabaran dalam memberi pelayanan	4,51

Tabel 4.4

Penilaian Persepsi dan Harapan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pisang Kipas *Guesthouse*

No	Pelayanan dan Fasilitas	Persepsi (3)	Harapan (4)	Servqual Score (3 – 4)
1.	Kebersihan kamar	3,81	4,48	-0,67
2.	Kebersihan kamar mandi	3,9	4,45	-0,55
3.	Kebersihan lingkungan penginapan	3,84	4,42	-0,57
4.	Kelengkapan fasilitas kamar (selimut, handuk, cermin, sabun, pasta gigi, dll)	4,07	4,12	-0,05
5.	Fasilitas internet yang memadai	2,72	4,4	-1,68
6.	Ruang parkir yang memadai	3,83	3,94	0,36
7.	Staf / Karyawan berpenampilan rapi	2,9	4,18	-1,28
8.	Proses administrasi yang cepat dan tepat	4,17	4,31	-0,06
9.	Memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan	4,22	4,3	-0,09
10.	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan tamu	3,74	3,96	-0,22
11.	Penginapan menyediakan jasa rental mobil / sepeda motor	4,03	3,67	0,36
12.	Karyawan memberikan informasi yang jelas seputar layanan	4,09	4,28	-0,19
13.	Kecepatan karyawan dalam proses check in / out	4,22	4,44	-0,22
14.	Karyawan bersedia membantu setiap saat	3,9	4	-0,1
15.	Karyawan selalu bersikap sopan kepada tamu	4,34	4,44	-0,06
16.	Terdapat CCTV di titik-titik tertentu	3,54	4,08	-0,54
17.	Ketersediaan informasi yang memadai	4,17	4,3	-0,13
18.	Larangan menginap bagi pasangan selain suami/istri	3,67	3,65	0,02
19.	Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran	4,12	4,24	-0,12
20.	Keramahan dalam memberi pelayanan	4,43	4,52	-0,09
21.	Kesabaran dalam memberi pelayanan	4,51	4,5	-0,01

Berdasarkan penilaian terhadap harapan dan persepsi pelanggan, 19 butir pernyataan memiliki nilai *gap* yang negative. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan belum puas terhadap pelayanan yang diberikan di Pisang Kipas *Guesthouse*. Untuk lebih lanjut, dilakukan analisis terhadap kelima dimensi, yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.

4.4 Analisis Dan Pembahasan Gap 5

4.4.1 Analisis *Tangibles* (Bentuk Fisik)

Didalam tabel 4.9 dijelaskan mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap bukti fisik dari Pisang Kipas *Guesthouse* menanggapi harapan dari para pelanggan. Bukti fisik itu sendiri adalah kebersihan kamar, kebersihan kamar mandi, kebersihan lingkungan penginapan, fasilitas wifi, kerapian penampilan karyawan, dan ruang parkir yang memadai.

Tabel 4.5

Penilaian Tingkat Harapan dan Persepsi Pelayanan *Guesthouse* terhadap Dimensi *Tangibles*

No	Pelayanan dan Fasilitas	Persepsi (3)	Harapan (4)	<i>Servqual Score</i> (3 - 4)
1.	Kebersihan kamar	3,81	4,48	-0,67
2.	Kebersihan kamar mandi	3,9	4,45	-0,55
3.	Kebersihan lingkungan penginapan	3,84	4,42	-0,57
4.	Kelengkapan fasilitas kamar (selimut, handuk, cermin, sabun, pasta gigi, dll)	4,07	4,12	-0,05
5.	Fasilitas internet yang memadai	2,72	4,4	-1,68
6.	Ruang parkir yang memadai	3,83	3,94	0,36
7.	Staf / Karyawan berpenampilan rapi	2,9	4,18	-1,28
	Rata - rata	3,58	4,28	-0,73

Adanya kesenjangan pada tiap butir pernyataan Kuesioner terutama pada pernyataan 5 dan 7 menjadi indikasi bahwa pelanggan tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan di Pisang Kipas *Guesthouse*. Analisis dan saran perbaikan yang bisa digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kebersihan kamar

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,67 dimana pelanggan tidak puas dengan kebersihan kamar. Hal ini dikarenakan terkadang karyawan tidak rutin membersihkan kamar yang kosong, sehingga ketika terdapat pelanggan kondisi kamar sedikit berdebu. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan rutin membersihkan kamar setiap hari meski tidak ada pelanggan yang menginap.

2. Kebersihan kamar mandi

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,55 dimana pelanggan tidak puas dengan kebersihan kamar mandi. Hal ini dikarenakan karyawan tidak rutin membersihkan dan memeriksa keadaan kamar mandi (keran, shower, dll). Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan rutin membersihkan dan memeriksa kamar mandi setiap hari meski tidak ada pelanggan yang menginap.

3. Kebersihan lingkungan penginapan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,57 dimana pelanggan tidak puas dengan kebersihan lingkungan penginapan. Hal ini dikarenakan terdapat sampah - sampah kecil seperti bekas puntung rokok di sekitar lingkungan penginapan.

Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan lebih teliti dalam membersihkan lingkungan penginapan dan menyediakan area khusus merokok.

4. Kelengkapan fasilitas kamar

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,05 dimana pelanggan belum puas dengan kelengkapan fasilitas kamar. Hal ini dikarenakan karyawan terkadang lupa untuk menaruh pasta gigi dan sabun yang baru ketika pelanggan *check out*, sehingga pelanggan baru tidak mendapat pasta gigi dan sabun. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan lebih teliti dalam memeriksa kelengkapan fasilitas ketika merapikan kamar setelah pelanggan *check out*.

5. Fasilitas internet yang memadai

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -1,68 dimana pelanggan tidak puas dengan fasilitas internet yang terdapat di Pisang Kipas *Guesthouse*. Hal ini karena fasilitas internet (wi-fi) yang ada di Pisang Kipas *Guesthouse* hanya dapat digunakan di *lobby guesthouse*. Untuk mengurangi *gap* tersebut, pihak *Guesthouse* disarankan untuk meningkatkan jangkauan dan kualitas sinyal wi-fi.

6. Ruang parkir yang memadai

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar 0,36 dimana pelanggan puas dengan ruang parkir yang terdapat di Pisang Kipas *Guesthouse*.

7. Karyawan berpenampilan rapi

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -1,28 dimana pelanggan tidak puas dengan penampilan karyawan. Hal ini disebabkan karena para karyawan tidak menggunakan seragam dan berpenampilan seadanya. Untuk mengurangi *gap* tersebut, pihak *Guesthouse* disarankan untuk menyediakan seragam bagi para karyawannya.

4.4.2 Analisis Reliability (Keandalan)

Didalam tabel 4.11 dijelaskan mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap keandalan pelayanan dari Pisang Kipas *Guesthouse* menanggapi harapan dari para pelanggan yang meliputi proses administrasi yang cepat, pelayanan yang sama terhadap semua pelanggan, pengetahuan karyawan, dan menyediakan jasa rental mobil atau motor.

Tabel 4.6
Penilaian Tingkat Harapan dan Persepsi Pelayanan *Guesthouse* terhadap Dimensi *Reliability*

No	Pelayanan dan Fasilitas	Persepsi (3)	Harapan (4)	Servqual Score (3 - 4)
8.	Proses administrasi yang cepat dan tepat	4,17	4,31	-0,06
9.	Memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan	4,22	4,3	-0,09
10.	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan tamu	3,74	3,96	-0,22
11.	Penginapan menyediakan jasa rental mobil / sepeda motor	4,03	3,67	0,36
Rata - Rata		4,04	4,06	-0,02

Gap pada butir 8, 9, dan 10 mengindikasikan bahwa pelanggan belum puas dengan pelayanan yang diberikan Pisang Kipas *Guesthouse*. Analisis dan saran perbaikan yang bisa digunakan adalah sebagai berikut:

1. Proses administrasi yang cepat dan tepat

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,06 dimana pelanggan belum merasa puas dengan proses administrasi yang cepat dan tepat. Hal ini dikarenakan dalam proses administrasi sering terjadi *error* bagi pelanggan yang membayar menggunakan debit. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pihak Pisang Kipas *Guesthouse* meningkatkan kualitas jaringan internet.

2. Memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,09 dimana pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang sama terhadap pelanggan. Hal ini dikarenakan dalam memberikan pelayanan, terkadang karyawan mendahulukan wisatawan asing. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan.

3. Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,22 dimana pelanggan belum merasa puas dengan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan. Hal ini dikarenakan karyawan tidak dapat menjawab pertanyaan yang diberikan oleh

pelanggan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pemilik Pisang Kipas *Guesthouse* memberikan pelatihan terhadap karyawannya.

4. Penginapan menyediakan jasa rental mobil dan motor

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar 0,36. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan akan penginapan menyediakan jasa rental mobil dan motor telah memenuhi harapan pelanggan.

4.4.3 Analisa *Responsiveness* (Ketanggapan)

Didalam tabel 4.12 dijelaskan mengenai tingkat ketanggapan dari karyawan menganggapi harapan dari para pelanggan yang meliputi karyawan memberikan informasi yang jelas seputar jenis dan fasilitas kamar, kecepatan karyawan dalam proses *check in / out*, karyawan bersedia membantu pelanggan setiap saat, dan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan.

Tabel 4.7

Penilaian Tingkat Harapan dan Persepsi Pelayanan terhadap Dimensi *Responsiveness*

No	Pelayanan dan Fasilitas	Persepsi (3)	Harapan (4)	<i>Servqual Score</i> (3 - 4)
12.	Karyawan memberikan informasi yang jelas seputar layanan penginapan beserta fasilitasnya.	4,09	4,29	-0,2
13.	Kecepatan karyawan dalam proses <i>check in / out</i>	4,22	4,44	-0,22
14.	Karyawan bersedia membantu setiap saat	3,9	4	-0,1
	Rata - rata	4,07	4,24	-0,17

Terdapat sedikit *gap* pada tiap butir pernyataan Kuesioner, hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan sudah cukup puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan di Pisang Kipas *Guesthouse*. Namun untuk menjaga kepuasan pelanggan, saran perbaikan yang bisa digunakan adalah sebagai berikut:

1. Karyawan memberikan informasi yang jelas seputar layanan penginapan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,2 dimana pelanggan belum merasa puas dengan pengetahuan karyawan untuk menjawab pertanyaan dari tamu. Hal ini dikarenakan karyawan lupa memberitahu batas waktu *check out* dan ketentuan denda apabila melebihi waktu. Untuk itu, disarankan bagi pemilik Pisang Kipas *Guesthouse* untuk memberikan selebaran informasi di setiap kamar.

2. Kecepatan karyawan dalam proses *check in / out*

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,22 dimana pelanggan belum merasa puas dengan kecepatan karyawan dalam proses *check in / out*. Untuk

itu, disarankan bagi pemilik Pisang Kipas *Guesthouse* untuk mengadakan pelatihan kepada karyawan nya.

3. Karyawan bersedia membantu setiap saat

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,1 dimana pelanggan belum merasa puas dengan kesediaan karyawan untuk membantu setiap saat. Hal ini dikarenakan jumlah karyawan kurang memadai sehingga ada waktu dimana karyawan tidak berada di meja *receptionist* setiap saat. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pemilik penginapan menambahkan beberapa karyawan.

4.4.4 Analisa Assurance (Jaminan)

Didalam tabel 4.13 dijelaskan mengenai tingkat jaminan yang diberikan oleh pihak penginapan menganggapi harapan dari para pelanggan yang meliputi sikap karyawan, terdapat cctv, ketersediaan informasi, dan larangan menginap bagi pasangan selain suami - istri.

Tabel 4.8

Penilaian Tingkat Harapan dan Persepsi Pelayanan *Guesthouse* terhadap Dimensi Assurance

No	Pelayanan dan Fasilitas	Persepsi (3)	Harapan (4)	Servqual Score (3 - 4)
15.	Karyawan selalu bersikap sopan kepada tamu	4,34	4,44	-0,06
16.	Terdapat CCTV di titik-titik tertentu	3,54	4,08	-0,54
17.	Ketersediaan informasi yang memadai	4,17	4,3	-0,13
18.	Larangan menginap bagi pasangan selain suami/istri	3,67	3,65	0,02
Rata - rata		3,93	4,11	-0,18

Terdapat sedikit *gap* pada tiap butir pernyataan Kuesioner, hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan sudah cukup puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan di Pisang Kipas *Guesthouse*. Namun untuk menjaga kepuasan pelanggan, saran perbaikan yang bisa digunakan adalah sebagai berikut:

1. Karyawan selalu bersikap sopan kepada tamu

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,06 dimana pelanggan belum merasa puas dengan sikap karyawan kepada tamu. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan yang pendiam dan jarang menyapa pelanggan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan meningkatkan keramahan dan perhatian kepada pelanggan.

2. Terdapat CCTV

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,54 dimana pelanggan belum merasa puas dengan CCTV yang ada di Pisang Kipas *Guesthouse*. Hal ini dikarenakan jumlah CCTV yang tidak memadai dan beberapa diantaranya tidak berfungsi. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pihak Pisang Kipas *Guesthouse* menambah jumlah CCTV di lingkungan Pisang Kipas *Guesthouse* dan memperbaiki CCTV yang rusak.

3. Ketersediaan informasi yang memadai

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,13 dimana pelanggan belum merasa puas dengan ketersediaan informasi yang memadai. Hal ini dikarenakan beberapa pelanggan yang baru pertama mengunjungi Malang belum mengetahui tempat - tempat wisata yang ada di Kota Malang dan sekitarnya. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan pihak Pisang Kipas *Guesthouse* menempatkan *board* yang berisi informasi lengkap seputar wisata yang ada di Kota Malang dan sekitarnya.

4. Larangan menginap bagi pasangan selain suami / istri

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar 0,02 dimana pelanggan sudah merasa puas dengan larangan menginap selain pasangan suami / istri.

4.4.5 Analisa *Empathy* (Kepedulian)

Didalam tabel 4.14 dijelaskan bagaimana perhatian yang diberikan karyawan kepada pelanggan. Kemampuan berkomunikasi dan sikap yang ditunjukkan oleh karyawan serta perhatian pribadi karyawan kepada pelanggan menjadi dasar penilaian dimensi ini.

Tabel 4.9

Penilaian Tingkat Harapan dan Persepsi Pelayanan *Guesthouse* terhadap Dimensi *Empathy*

No	Pelayanan dan Fasilitas	Persepsi (3)	Harapan (4)	<i>Servqual Score</i> (3 - 4)
19.	Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran	4,12	4,24	-0,12
20.	Keramahan dalam memberi pelayanan	4,43	4,52	-0,09
21.	Kesabaran dalam memberi pelayanan	4,51	4,5	-0,01
Rata - rata		4,35	4,42	-0,07

Terdapat sedikit *gap* pada tiap butir pernyataan Kuesioner, hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan sudah cukup puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan di Pisang Kipas *Guesthouse*. Namun untuk menjaga kepuasan pelanggan, saran perbaikan yang bisa digunakan adalah sebagai berikut:

1. Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,12 dimana pelanggan belum merasa puas terhadap respon karyawan dalam menerima saran dan kritik. Hal ini disebabkan karyawan tidak mencatat kritik dan saran dari pelanggan, sehingga karyawan lupa untuk menyampaikan kepada pemilik penginapan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pihak pemilik penginapan menyediakan selebaran di setiap kamar untuk kritik dan saran pelanggan terhadap kualitas pelayanan Pisang Kipas *Guesthouse*.

2. Keramahan dalam memberi pelayanan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,09 dimana pelanggan belum merasa puas terhadap keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan. Hal ini disebabkan oleh sikap karyawan yang terkadang tidak menyapa pelanggan setiap kali berpapasan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan meningkatkan perhatian kepada pelanggan.

3. Kesabaran dalam memberi pelayanan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,01 dimana pelanggan belum cukup puas terhadap kesabaran dalam memberi pelayanan. Hal ini disebabkan oleh karyawan yang terkadang tergesa - gesa dalam memberikan pelayanan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan meningkatkan kesabaran dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

4.5 Prioritas Perbaikan

Hasil analisis terhadap ekspektasi pelanggan akan pelayanan yang akan diberikan dengan persepsi pelanggan akan pelayanan yang didapatkan menunjukkan bahwa kelima dimensi tersebut memiliki nilai yang negatif. penentuan skala prioritas perbaikan dilihat dari dimensi yang memiliki kesenjangan yang paling tinggi, urutan peringkat dimensi tersebut berturut - turut adalah:

Tabel 4.10
Skala Prioritas Perbaikan

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	<i>SERVQUAL Score</i>
1.	<i>Tangibles</i>	3,58	4,28	-0,73
2.	<i>Assurance</i>	3,93	4,11	-0,18
3.	<i>Responsiveness</i>	4,07	4,24	- 0,17
4.	<i>Empathy</i>	4,35	4,42	-0,07
5.	<i>Reliability</i>	4,04	4,06	-0,02

Berdasarkan skala prioritas, dimensi *Tangibles* berada di peringkat pertama dengan *Servqual Score* sebesar - 0,69, hal ini menunjukkan bahwa dimensi ini menjadi prioritas utama bagi pihak Pisang Kipas *Guesthouse* untuk segera dilakukan upaya - upaya untuk memperbaiki kualitas pelayanannya berdasarkan hasil analisis *Gap 5*.



BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang dapat diberikan baik bagi pihak perusahaan maupun penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Adapun atribut yang menjadi kebutuhan atau ekspektasi konsumen terhadap pelayanan jasa Pisang Kipas *Guesthouse* secara berturut - turut adalah sebagai berikut:
 - Keramahan dalam memberikan pelayanan, dengan nilai ekspektasi 4,52.
 - Kesabaran dalam memberikan pelayanan, dengan nilai ekspektasi 4,5.
 - Kecepatan karyawan dalam proses *check in / out*, dengan nilai ekspektasi sebesar 4,44.
 - Karyawan selalu bersikap sopan kepada tamu, dengan nilai ekspektasi 4,44.
 - Kebersihan kamar, dengan nilai ekspektasi 4,498.
 - Kebersihan kamar mandi, dengan nilai ekspektasi 4,45.
 - Kebersihan lingkungan penginapan, dengan nilai ekspektasi 4,42.
 - Fasilitas internet yang memadai, dengan nilai ekspektasi 4,4.
 - Proses administrasi yang cepat, dengan nilai ekspektasi 4,31.
 - Memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan, dengan nilai ekspektasi 4,3.
 - Ketersediaan informasi yang memadai, dengan nilai ekspektasi 4,3
 - Karyawan memberikan informasi yang jelas seputar layanan, dengan nilai ekspektasi 4,28.
 - Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran, dengan nilai ekspektasi sebesar 4,24.
 - Karyawan berpenampilan rapi, dengan nilai ekspektasi 4,18.
 - Kelengkapan fasilitas kamar, dengan nilai ekspektasi 4,12.

- Terdapat CCTV pada titik – titik tertentu, dengan nilai ekspektasi 4,08.
- Karyawan bersedia membantu settiap saat, dengan nilai ekspektasi 4.
- Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan, dengan nilai ekspektasi 3,96.
- Ruang parkir yang memadai, dengan nilai ekspektasi 3,94.
- Penginapan menyediakan rental mobil / motor, dengan nilai ekspektasi 3,67.
- Larangan menginap bagi pasangan selain suami / istri, dengan nilai ekspektasi 3,65.

2. Berdasarkan hasil analisis *Gap 5*, pelanggan belum merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pisang Kipas *Guesthouse* saat ini. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Servqual Score* untuk masing – masing dimensi yang memiliki nilai negatif seperti yang disebutkan dibawah ini :

- *Tangibles, Servqual Score* - 0,73
- *Assurance, Servqual Score* -0,18
- *Responsiveness, Servqual Score* – 0,17
- *Emphaty, Servqual Score* -0,07
- *Reliability, Servqual Score* -0,02

3. Rekomendasi yang dapat dilakukan bagi Pisang Kipas *Guesthouse* berdasarkan nilai *Servqual Score* masing - masing atribut untuk meningkatkan kualitas pelayanannya adalah sebagai berikut :

1) Fasilitas internet yang memadai

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -1,68 dimana pelanggan tidak puas dengan fasilitas internet yang terdapat di Pisang Kipas *Guesthouse*. Hal ini karena fasilitas internet (wi-fi) yang ada di Pisang Kipas *Guesthouse* hanya dapat digunakan di *lobby guesthouse*. Untuk mengurangi *gap* tersebut, pihak *Guesthouse* disarankan untuk meningkatkan jangkauan dan kualitas sinyal wi-fi.

2) Karyawan berpenampilan rapi

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -1,28 dimana pelanggan tidak puas dengan penampilan karyawan. Hal ini disebabkan karena para karyawan tidak menggunakan seragam dan berpenampilan seadanya. Untuk mengurangi *gap* tersebut, pihak *Guesthouse* disarankan untuk menyediakan seragam bagi para karyawannya.

3) Kebersihan kamar

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,67 dimana pelanggan tidak puas dengan kebersihan kamar. Hal ini dikarenakan terkadang karyawan tidak rutin membersihkan kamar yang kosong, sehingga ketika terdapat pelanggan kondisi kamar sedikit berdebu. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan rutin membersihkan kamar setiap hari meski tidak ada pelanggan yang menginap.

4) Kebersihan lingkungan penginapan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,57 dimana pelanggan tidak puas dengan kebersihan lingkungan penginapan. Hal ini dikarenakan terdapat sampah - sampah kecil seperti bekas puntung rokok di sekitar lingkungan penginapan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan lebih teliti dalam membersihkan lingkungan penginapan dan menyediakan area khusus merokok.

5) Kebersihan kamar mandi

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,55 dimana pelanggan tidak puas dengan kebersihan kamar mandi. Hal ini dikarenakan karyawan tidak rutin membersihkan dan memeriksa keadaan kamar mandi (keran, shower, dll). Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan rutin membersihkan dan memeriksa kamar mandi setiap hari meski tidak ada pelanggan yang menginap.

6) Terdapat CCTV di titik - titik tertentu

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,54 dimana pelanggan belum merasa puas dengan CCTV yang ada di Pisang Kipas *Guesthouse*. Hal ini dikarenakan jumlah CCTV yang tidak memadai dan beberapa diantaranya tidak berfungsi. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pihak Pisang Kipas *Guesthouse* menambah jumlah CCTV di lingkungan Pisang Kipas *Guesthouse* dan memperbaiki CCTV yang rusak.

7) Kecepatan karyawan dalam proses *check in / out*

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,22 dimana pelanggan belum merasa puas dengan kecepatan karyawan dalam proses *check in / out*. Untuk itu, disarankan bagi pemilik Pisang Kipas *Guesthouse* untuk mengadakan pelatihan kepada karyawan nya.

8) Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,22 dimana pelanggan belum merasa puas dengan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan. Hal ini dikarenakan karyawan tidak dapat menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pemilik Pisang Kipas *Guesthouse* memberikan pelatihan terhadap karyawannya.

9) Karyawan memberikan informasi yang jelas seputar layanan penginapan beserta fasilitasnya.

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,2 dimana pelanggan belum merasa puas dengan pengetahuan karyawan untuk menjawab pertanyaan dari tamu. Hal ini dikarenakan karyawan lupa memberitahu batas waktu *check out* dan ketentuan denda apabila melebihi waktu. Untuk itu, disarankan bagi pemilik Pisang Kipas *Guesthouse* untuk memberikan selebaran informasi di setiap kamar.

10) Ketersediaan informasi yang memadai

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,13 dimana pelanggan belum merasa puas dengan ketersediaan informasi yang memadai. Hal ini dikarenakan beberapa pelanggan yang baru pertama mengunjungi Malang belum mengetahui tempat - tempat wisata yang ada di Kota Malang dan sekitarnya. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan pihak Pisang Kipas *Guesthouse* menempatkan *board* yang berisi informasi lengkap seputar wisata yang ada di Kota Malang dan sekitarnya.

11) Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,12 dimana pelanggan belum merasa puas terhadap respon karyawan dalam menerima saran dan kritik. Hal ini disebabkan karyawan tidak mencatat kritik dan saran dari pelanggan, sehingga karyawan lupa untuk menyampaikan kepada pemilik penginapan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pihak pemilik penginapan menyediakan selebaran di setiap kamar untuk kritik dan saran pelanggan terhadap kualitas pelayanan Pisang Kipas *Guesthouse*.

12) Karyawan bersedia membantu setiap saat

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,1 dimana pelanggan belum merasa puas dengan kesediaan karyawan untuk membantu setiap saat. Hal ini dikarenakan jumlah karyawan kurang memadai sehingga ada waktu dimana

karyawan tidak berada di meja *receptionist* setiap saat. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pemilik penginapan menambahkan beberapa karyawan.

13) Memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,09 dimana pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang sama terhadap pelanggan. Hal ini dikarenakan dalam memberikan pelayanan, terkadang karyawan mendahulukan wisatawan asing. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa membeda - bedakan.

14) Keramahan dalam memberi pelayanan

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,09 dimana pelanggan belum merasa puas terhadap keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan. Hal ini disebabkan oleh sikap karyawan yang terkadang tidak menyapa pelanggan setiap kali berpapasan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan meningkatkan perhatian kepada pelanggan.

15) Proses administrasi yang cepat dan tepat

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,06 dimana pelanggan belum merasa puas dengan proses administrasi yang cepat dan tepat. Hal ini dikarenakan dalam proses administrasi sering terjadi *error* bagi pelanggan yang membayar menggunakan debit. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pihak Pisang Kipas *Guesthouse* meningkatkan kualitas jaringan internet.

16) Karyawan selalu bersikap sopan kepada tamu

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,06 dimana pelanggan belum merasa puas dengan sikap karyawan kepada tamu. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan yang pendiam dan jarang menyapa pelanggan. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan meningkatkan keramahan dan perhatian kepada pelanggan.

17) Kelengkapan fasilitas kamar

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,05 dimana pelanggan belum puas dengan kelengkapan fasilitas kamar. Hal ini dikarenakan karyawan terkadang lupa untuk menaruh pasta gigi dan sabun yang baru ketika pelanggan *check out*, sehingga pelanggan baru tidak mendapat pasta gigi dan sabun. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar karyawan lebih teliti dalam memeriksa kelengkapan fasilitas ketika merapikan kamar setelah pelanggan *check out*.

18) Karyawan bersedia membantu setiap saat

Berdasarkan pengolahan data, *gap* yang diperoleh sebesar -0,1 dimana pelanggan belum merasa puas dengan kesediaan karyawan untuk membantu setiap saat. Hal ini dikarenakan jumlah karyawan kurang memadai sehingga ada waktu dimana karyawan tidak berada di meja *receptionist* setiap saat. Untuk mengurangi *gap* tersebut, disarankan agar pemilik penginapan menambahkan beberapa karyawan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini untuk mendukung perbaikan yang ditujukan untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Pisang Kipas *Guesthouse* sekiranya dapat menggunakan rekomendasi guna meningkatkan kualitas pelayanan berdasarkan hasil analisis di penelitian ini.
2. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan kuisisioner yang terpisah antara harapan dan persepsi pelanggan akan kualitas pelayanan yang diberikan. Kuisisioner tentang harapan di isi oleh pelanggan sebelum *check in* dan kuisisioner persepsi di isi oleh pelanggan setelah *check out*. Hal ini untuk menghindari hasil penelitian yang bias.
3. Metode ini dapat digunakan untuk penelitian pada perusahaan yang bergerak di bidang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abukhalifeh, A. N., & Som, A. P. M. 2012. Service Quality Management In Hotel Industries: A Fonceptual Framework For Food And Beverage Departments. *International Journal of Business and Management*, 7(14), 135–141.
- Andreassen, Tor W. 2004 *Satisfaction, Loyalty And Reputation As Indicator Of Costumer Orientation In The Public Sector*. NORWAY: Magma.
- Butt, M. M., & de Run, E. C. 2010. Private Healthcare Quality: Applying a SERVQUAL Model. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 23(7), 658–673. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/09526861011071580> (diakses pada 28 Juni 2017)
- Gasperz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Penerbit, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gasperz, Vincent. 2001. *Total Quality Management*,:PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ispurwanto, W. & Pricillia, V. W. 2011. *Analisis Kepuasan Penumpang Gerbong Kereta Api Khusus Wanita Menggunakan Metode Servqual*. Thesis Program Pascasarjana, Universitas Bina Nusantara.
- Kathawala, Y., & Motwani, J., 1994, *Implementing quality function deployment: a systems approach*. The TQM Magazine, Vol. 6 No. 6, pp. 31-7.
- Mishra, P. K., & Shekhar, B. R. 2010. *Measuring Quality Of Service In Retail Outlets Using Fuzzy Numbers*. Management Science and Engineering
- Nasution, M.N. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen mutu terpadu (Total Quality Management)* Edisi kedua. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Palmer, Kock. 2012. *Voice of customer*. USA: Little Brown.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2008. *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Zeithaml, V.A., A. Parasuraman, dan L.L. Berry. 1990. “*Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception & Expectation*”. Simon and Schuster. New York.
- <http://mediacenter.malangkota.go.id/03/guest-house-akan-dibatasi/#axzz4oPT0zLj> (diakses pada 27 Juli 2017).

Lampiran 1

Kuisisioner Kebutuhan Pelanggan

Kepada Yth, Bapak/Ibu/Saudara Responden di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan adanya pelaksanaan penelitian mengenai kualitas jasa pada Pisang Kipas *Guesthouse* Malang, maka saya memohon kesediannya untuk meluangkan waktu guna mengisi kuisisioner penelitian mengenai harapan atau ekspektasi dan kepuasan yang anda rasakan terhadap pelayanan *Guesthouse*. Adapun informasi yang telah diberikan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan bantuan yang diberikan, saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,

Muhammad Salman (081298343442)

Karakteristik Responden

Nama :

Usia : < 20 tahun 40 – 55 tahun

20 – 40 tahun > 55 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Pekerjaan :

Mohon diberi tanda (√) pada tingkat harapan dan kepuasan anda tentang semua pelayanan yang disediakan oleh hotel seperti yang ditunjukkan pada pernyataan dibawah ini:

Harapan: pernyataan ini berhubungan dengan ekspektasi anda terhadap *Guesthouse*, mohon pilih tingkat harapan anda terhadap kualitas layanan *Guesthouse*.

Persepsi: Pernyataan ini berhubungan dengan apa yang anda rasakan terhadap pelayanan *Guesthouse*, mohon pilih tingkat kepuasan anda terhadap kualitas layanan *Guesthouse*.

Keterangan Harapan :

1. Sangat Tidak Baik
2. Kurang Baik
3. Biasa Saja
4. Baik
5. Sangat Baik

Keterangan Persepsi :

1. Sangat Tidak Baik
2. Kurang Baik
3. Biasa Saja
4. Baik
5. Sangat Baik

Lampiran 2
Kuisisioner Penelitian

No	Pelayanan dan Fasilitas	Harapan Akan Kualitas Pelayanan					Persepsi Akan Kualitas Pelayanan					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
	TANGIBLE (Bentuk Fisik)											
1.	Kebersihan kamar											
2.	Kebersihan kamar mandi											
3.	Kebersihan lingkungan penginapan											
4.	Kelengkapan fasilitas kamar (selimut, handuk, cermin, sabun, pasta gigi, dll)											
5.	Fasilitas internet yang memadai											
6.	Ruang parkir yang memadai											
7.	Staf / Karyawan berpenampilan rapi											
	RELIABILITY (Keandalan)											
8.	Proses administrasi yang cepat dan tepat											
9.	Memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan											
10.	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan tamu											
11.	Penginapan menyediakan jasa rental mobil / sepeda motor											
	RESPONSIVENESS (Ketangapan)											
12.	Karyawan memberikan informasi yang jelas seputar layanan penginapan beserta fasilitasnya.											
13.	Kecepatan karyawan dalam proses check in / out											
14.	Karyawan bersedia membantu setiap saat											
	ASSURANCE (Jaminan)											
15.	Karyawan selalu bersikap sopan kepada tamu											
16.	Terdapat CCTV di titik-titik tertentu											
17.	Ketersediaan informasi yang memadai											
18.	Larangan menginap bagi pasangan selain suami/istri											
	EMPATHY (Kepedulian)											
19.	Respon yang baik dalam menerima kritik dan saran											
20.	Keramahan dalam memberi pelayanan											
21.	Kesabaran dalam memberi pelayanan											

Lampiran 3
Rekap Kuesioner Ekspektasi Pelanggan

Res/Atribut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5
2	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	3	4	5	5	4	4	5	3	4	5	5
6	4	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5
8	4	4	4	4	3	5	3	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5
9	4	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
10	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4
11	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
12	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	3	4	3	4	2	5	4	5
13	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5
14	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
15	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4
16	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5
18	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
19	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5
20	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5
21	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4
22	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5
23	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
24	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4
25	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	3	5	4	4
26	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	3	5	5	5
27	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5
28	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4
29	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5
30	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	4
31	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	3	4	4	4
32	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	5	5
33	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
34	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4
35	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
37	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	3	5	4	4	3	5	5	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4

Lampiran 3

Rekap Kuesioner Ekspektasi Pelanggan (Lanjutan)

Res/Atribut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
39	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4
40	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
41	4	5	5	3	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
42	4	5	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5
43	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	3	3	3	4	4	5
44	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5
45	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5
46	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	3	5	5	5
47	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4
48	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	3	5	4	5
49	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	3	4	5	4	5	3	5	4	5	5	5
50	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
51	5	5	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5
52	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5
53	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
54	4	5	4	3	5	3	3	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4
55	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
56	4	5	4	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4
57	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	3	4	5	5
58	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	3	4	4	4
59	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5
60	4	4	5	4	5	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4
61	5	5	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
62	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5
63	5	5	5	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4
64	4	4	4	3	5	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5
65	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	3	4	3	5	5	4
66	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	3	4	4	5
67	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
68	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
69	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4
70	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
71	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5
72	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5
73	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4
74	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
75	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5
76	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4

Lampiran 3
Rekap Kuesioner Ekspektasi Pelanggan (Lanjutan)

Res/Atribut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
77	5	5	4	5	5	4	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5
79	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4
80	5	5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
81	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4
82	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4
83	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5
84	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
85	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Lampiran 4

Rekap Kuesioner Persepsi Pelanggan

Res/atribut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
2	4	4	3	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	4	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4
4	3	5	3	4	3	3	3	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4	4
5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4
6	4	5	3	5	3	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
7	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
8	4	5	4	5	3	5	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
9	4	3	4	5	2	3	3	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	4
10	4	3	3	5	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4
11	4	5	3	3	2	3	2	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4
12	3	5	3	3	3	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5
13	4	5	4	5	3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	5
14	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
15	4	3	3	5	3	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
16	3	4	4	5	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4
17	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	5	5
18	3	4	5	5	3	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
19	5	4	3	5	3	5	3	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5	5	5
20	4	3	4	5	3	3	3	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	3	4	4	5
21	4	4	3	4	3	3	3	4	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
22	4	4	3	3	2	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4
23	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
24	4	3	5	5	3	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	3	4	4	4
25	4	3	4	5	2	3	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4
26	3	4	5	4	2	3	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5
27	4	3	4	4	3	3	3	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	5	4
28	3	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4
29	4	4	4	4	3	5	3	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5
30	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	5	4	4
31	3	3	3	4	2	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	3	5	4	3	3	2	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	3	4	5	5
33	5	4	4	3	2	3	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4
34	4	4	4	3	2	5	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
35	3	5	4	3	2	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
36	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4
37	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	4
38	3	4	4	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4

Lampiran 4
Rekap Kuesioner Persepsi Pelanggan (lanjutan)

Res/atribut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
39	4	4	5	4	2	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	4	4	4
40	3	5	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4
41	5	5	4	5	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	3	5	3	4	4	5
42	4	5	5	4	2	3	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5
43	4	4	4	4	2	3	3	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5
44	4	3	3	5	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5
45	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	5
46	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5
47	3	4	4	5	3	4	2	4	3	4	4	4	5	3	5	4	5	3	4	4	4
48	3	4	5	4	3	4	3	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5
49	4	5	3	4	2	4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
50	4	4	4	4	2	4	3	4	5	3	3	4	5	3	4	3	4	2	5	5	4
51	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	5	5
52	5	4	4	4	3	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
53	4	3	4	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4
54	4	3	4	3	2	3	2	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
55	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
56	4	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5
57	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5
58	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4
59	5	5	5	5	3	4	2	5	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5
60	3	4	5	4	3	4	3	5	5	3	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5	4
61	3	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4
62	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	5	5	4	5
63	3	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4
64	4	3	4	3	2	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
65	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4
66	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
67	3	3	5	4	3	3	3	5	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4
68	3	5	3	4	3	4	3	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
69	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4
70	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5
71	5	5	3	4	2	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5
72	3	4	4	4	3	4	3	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
73	4	3	5	4	3	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4
74	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	5	5	3	5	3	3	5	4	4	5
75	3	3	4	3	3	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5
76	4	3	5	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4

Lampiran 4

Rekap Kuesioner Persepsi Pelanggan (lanjutan)

Res/atribut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
77	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
78	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	5
79	4	4	4	4	3	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4
80	5	3	5	4	3	3	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
81	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4
82	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
83	3	4	3	5	3	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5
84	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5
85	4	5	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5

