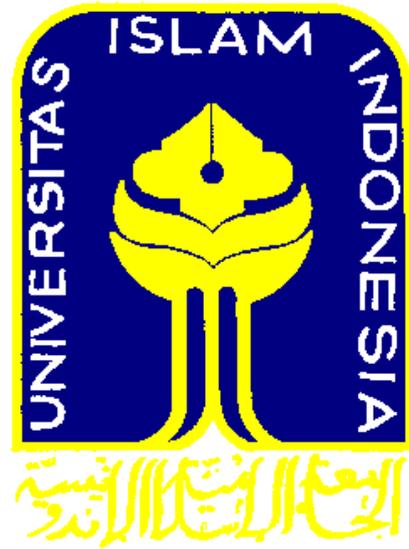


**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PADA HOTEL DAFAM WONOSOBO**

**SKRIPSI**



Oleh:

Nama : Galih Liliawan Baskoro

Nomor Mahasiswa : 16311315

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2021**

# **EVALUASI KUALITAS LAYANAN PADA HOTEL DAFAM WONOSOBO**

## **SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan dalam rangka memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Galih Liliawan Baskoro

Nomor Mahasiswa : 16311315

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2021**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau terbit oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 22 Agustus 2022

Penulis,



Gaith Liliawan Baskoro

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**  
**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PADA HOTEL DAFAM WONOSOBO**

Nama : Galih Liliawan Baskoro  
Nomor Mahasiswa : 16311315  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 28 Desember 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama, SE., M.SI.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

**TUGAS AKHIR BERJUDUL  
EVALUASI KUALITAS LAYANAN PADA HOTEL DAFAM WONOSOBO**

Disusun Oleh : **GALIH LILIAWAN BASKORO**

Nomor Mahasiswa : **16311315**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Jumat, 28 Januari 2022

Penguji/ Pembimbing Tugas Akhir : Nursya'bani Purnama,,S.E., M.Si.

Penguji : Anjar Priyono,,S.E., M.Si., Ph.D.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



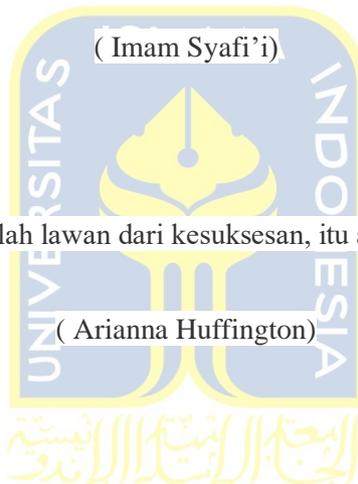
Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## MOTTO

“Jangan pernah menyerah jika kamu masih ingin mencoba. Jangan biarkan penyesalan datang karena kamu selangkah lagi untuk menang”

( R.A. Kartini )

“Barang siapa belum merasakan pahitnya belajar walau sebentar, maka akan merasakan hinanya kebodohan sepanjang hidupnya”



“memahami kegagalan bukanlah lawan dari kesuksesan, itu adalah bagian dari kesuksesan”

“Kebahagiaan dirasakan oleh orang – orang yang bisa puas pada dirinya sendiri”

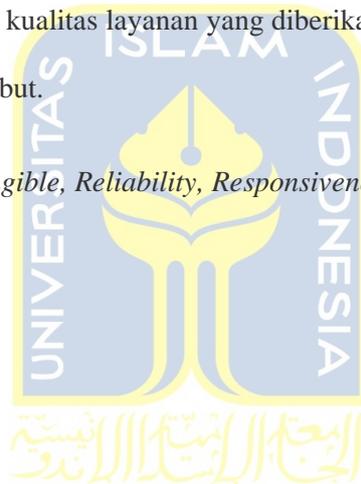
( Aristoteles )

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan studi yang membahas mengenai evaluasi kualitas layanan pada Hotel Dafam Wonosobo yang bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan pada Hotel Dafam Wonosobo yang perlu untuk di pertahankan dan ditingkatkan. Untuk mengetahui kualitas layanan pada Hotel Dafam Wonosobo, penelitian ini menggunakan lima dimensi kualitas layanan yaitu *Tangible* (keadaan fisik), *Responsiveness* (daya tanggap), *Reliability* (keandalan), *Assurance* (asuransi), *Emphaty* (empati).

Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 pengunjung Hotel Dafam Wonosobo yang kemudian datanya diolah dan dianalisis dengan metode Servperf. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh Hotel Dafam Wonosobo dari lima dimensi kualitas layanan tersebut.

Kata Kunci : Kualitas layanan, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*



ABSTRACT

This research is a study that discusses the evaluation of service quality at Hotel Dafam Wonosobo which aims to determine the quality of service at Hotel Dafam Wonosobo that needs to be maintained and improved. To determine the quality of service at Hotel Dafam Wonosobo, this study uses five dimensions of service quality, namely Tangible (physical condition), Responsiveness (responsiveness), Reliability (reliability), Assurance (insurance), Empathy (empathy).

This research was conducted by giving questionnaires to 100 visitors to Hotel Dafam Wonosobo, which then processed and analyzed the data using the Servperf method. The results of this study indicate the level of service quality provided by Hotel Dafam Wonosobo from the five dimensions of service quality.

Keywords: Quality of service, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy

## KATA PENGANTAR

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam akan selalu penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia dengan ilmu pengetahuan yang berdasarkan iman untuk melihat kebesaran Allah SWT.

Penyusunan skripsi yang berjudul “EVALUASI KUALITAS LAYANAN PADA HOTEL DAFAM WONOSOBO” disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program Sarjana (Strata-1) pada program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas karunia dan kasih sayangnya, sehingga masih diberi kesehatan, kemampuan, dan kesempatan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaatnya sehingga kita semua memiliki ilmu yang berguna bagi diri sendiri maupun bagi orang lain.
3. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak dan Ibu yang senantiasa memberikan limpahan kasih sayang, pengorbanannya. Terimakasih atas doanya selalu dan segala dukungannya. Maaf jika Ananda belum bisa membahagiakan dan memberikan yang terbaik untuk kalian. Semoga Allah mencintai dan menjadikannya penghuni-penghuni surga-Nya kelak. Amin.
4. Terima kasih untuk adik yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
5. Sahabat-sahabat penulis Ryan Prihantoro, Gian Indyra, Izzulhaq Triyuda, Aditya Rintis, Kaka Caheya, Gilang Farhandhita, Alvin Kharismanda, Setiawan Efendi, Aditya Bagus, Oktavindo,

Miftahu Fadly dan sahabat-sahabatku yang lain. Terima kasih sudah selalu mengingatkan dan membantu penulis menyelesaikan skripsi.

6. Teman-teman kontrakan Gejayan yang selalu memberikan cerita baik suka maupun dukanya selama di Yogyakarta.
7. Ibu Diah selaku HRD Hotel Dafam Wonosobo yang telah memberikan bantuan selama penulis menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2016 dan semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Selain itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran dari para pembaca sangat penulis harapkan agar skripsi ini menjadi lebih dari sempurna. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi semua pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



Yogyakarta, 14 Desember 2021

Penulis

Galih Liliawan Baskoro

## Daftar Isi

|  |      |
|--|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....               | i    |
| <b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....        | ii   |
| <b>HALAMAN MOTTO</b> .....               | iii  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                     | iv   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                    | v    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....              | vi   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                  | viii |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                |      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....           |      |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....          | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                | 6    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....              | 6    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....             | 6    |
| <b>BAB II Kajian Pustaka</b> .....       |      |
| 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....  | 7    |
| 2.2 Landasan Teori .....                 | 12   |
| 2.2.1 Pengertian jasa .....              | 12   |
| 2.2.2 Pengertian Kualitas Jasa .....     | 13   |
| 2.2.3 Meningkatkan Kualitas Jasa .....   | 14   |
| 2.2.4 Dimensi Kualitas jasa .....        | 17   |
| 2.2.5 Standar Operasional Prosedur ..... | 18   |
| 2.2.6 Metode Service Performance .....   | 21   |

## **BAB III METODE PENELITIAN .....**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Lokasi Penelitian .....                 | 23 |
| 3.2 Variabel Penelitian .....               | 23 |
| 3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data ..... | 25 |
| 3.3.1 Jenis Data .....                      | 25 |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....         | 25 |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....               | 26 |
| 3.4.1 Populasi .....                        | 26 |
| 3.4.2 Sampel .....                          | 26 |
| 3.5 Uji Validitas dan Realibilitas .....    | 27 |
| 3.5.1 Uji Validitas .....                   | 27 |
| 3.5.2 Uji Realibilitas .....                | 28 |
| 3.6 Metode Analisis .....                   | 29 |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif .....             | 29 |
| 3.6.2 Metode SERVPERF .....                 | 29 |

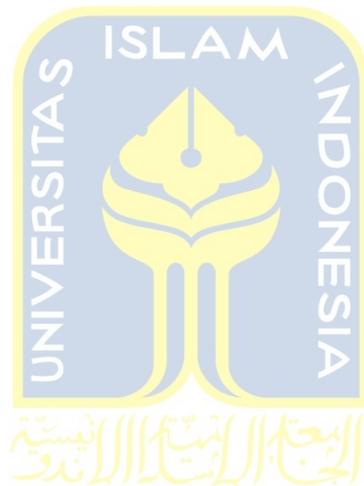
## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| 4.1 Deskripsi Responden .....   | 31 |
| 4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....                                  | 33 |
| 4.2.1 Uji Validitas .....   | 33 |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas .....  | 36 |
| 4.3 Analisis Penilaian Variabel .....                                     | 37 |
| 4.3.1 Analisis Servperf Secara Umum .....                                 | 38 |
| 4.3.2 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Tangible .....       | 39 |
| 4.3.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Realibility ....     | 40 |
| 4.3.4 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Responsiveness ..... | 41 |
| 4.3.5 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Assurance ....       | 42 |
| 4.3.6 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Emphaty .....        | 43 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 44 |
| 5.2 Saran .....      | 44 |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>46</b> |
| <b>LAMPIRAN 1 .....</b>     | <b>48</b> |
| <b>LAMPIRAN 2 .....</b>     | <b>53</b> |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabel 4.1</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....         | 31 |
| <b>Tabel 4.2</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....                  | 32 |
| <b>Tabel 4.3</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....            | 33 |
| <b>Tabel 4.4</b> Hasil Uji Validitas Variabel Tangible .....                 | 34 |
| <b>Tabel 4.5</b> Hasil Uji Validitas Variabel Realibility .....              | 34 |
| <b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Validitas Variabel Responsiveness .....           | 35 |
| <b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Validitas Variabel Assurance .....                | 35 |
| <b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Validitas Variabel Emphaty .....                  | 36 |
| <b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Reliabilitas .....                                | 37 |
| <b>Tabel 4.10</b> Analisis Servperf Secara Umum .....                        | 38 |
| <b>Tabel 4.11</b> Penilaian Responden terhadap Variabel Tangible .....       | 39 |
| <b>Tabel 4.12</b> Penilaian Responden terhadap Variabel Realibility .....    | 40 |
| <b>Tabel 4.13</b> Penilaian Responden terhadap Variabel Responsiveness ..... | 41 |
| <b>Tabel 4.14</b> Penilaian Responden terhadap Variabel Assurance .....      | 42 |
| <b>Tabel 4.15</b> Penilaian Responden terhadap Variabel Emphaty .....        | 43 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Perkembangan usaha dewasa ini berkembang begitu cepat dan ditandai dengan adanya persaingan-persaingan yang begitu ketat. Perkembangan teknologi juga tergolong sangat pesat untuk beberapa tahun ini, untuk itu manusia dituntut untuk mengikuti dan cepat tanggap dalam menghadapi perkembangan teknologi seperti ini agar tidak kalah dalam bersaing. Menurut Kotler (2000;34), dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat masing-masing perusahaan dituntut untuk selalu menang dalam menghadapi pesaingnya dengan menampilkan produk/jasa yang bisa memenuhi selera konsumennya yang bisa berubah ubah setiap waktu. melihat kondisi yang seperti ini perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat untuk menarik konsumennya, perusahaan juga harus cermat dalam mengamati keinginan dan kebutuhan konsumennya agar perusahaan tahu apa saja yang dibutuhkan konsumen agar dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya.

Salah satu bisnis yang pesat dalam perkembangannya yaitu bisnis perhotelan. Persaingan bisnis hotel untuk saat ini tergolong begitu ketat dikarenakan banyaknya pembangunan pembangunan hotel baru dan berkembangnya daerah daerah yang berpotensi untuk berwisata. Hal ini tidak lepas dari permintaan yang terus meningkat dari konsumen terhadap kualitas dan fasilitas hotel.

Hotel merupakan salah satu yang bergerak pada sektor jasa akomodasi, segmen pasarnya adalah tamu yang datang untuk tujuan liburan, keluarga, maupun urusan bisnis. Oleh karena itu, tempat yang bersih, aman, dan nyaman adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh konsumen. Menjadi hal yang wajib bagi pihak hotel untuk memberikan

pelayanan yang baik serta fasilitas yang memadai kepada konsumen. Karena setiap konsumen pasti menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang mereka beli. Bidang perhotelan merupakan bidang yang membutuhkan manajemen yang bagus dan terorganisir untuk memberikan pengaruh tingkat hunian yang akan berdampak pada kemajuan bisnis perhotelan tersebut

Hotel Dafam Wonosobo merupakan salah satu hotel berbintang 4 (empat) terletak Jl. Dieng Jl. Rowopeni No.38, Rowopeni, Kalianget, Kec. Wonosobo, Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah 56319 dekat dengan dataran tinggi Dieng, tujuan wisata Indonesia yang terkenal dengan gunung Sindoro dan Sumbing sebagai ciri khasnya. Hotel ini sendiri berdiri di kawasan perkotaan Wonosobo, dengan 62 kamar yang terbagi menjadi 16 Smart room, 22 Superior room, 11 Deluxe room, Junior suite, 5 Suites, dan DHM Suite; semua tipe kamar dilengkapi dengan TV LED dengan saluran multibahasa, akses Internet gratis - WIFI, kontrol AC individual, fasilitas pembuat kopi dan teh, perlengkapan kamar mandi berstandar tinggi, dan fasilitas lainnya untuk memastikan masa inap yang menyenangkan dan nyaman. Dibangun dengan pemandangan menghadap kota, hamparan pegunungan Dieng dan gunung Sindoro-Sumbing yang menambah keanggunan dan kenyamanan menginap Anda.

Dalam kesegaran dan pemandangan pegunungan, Canting Restaurant menawarkan berbagai masakan khas Indonesia, makanan barat dan makanan tradisional lokal dengan hidangan yang gurih dan menawan, juga lima ruang pertemuan dan ballroom. Pertemuan bisnis, seminar skala kecil, pesta ulang tahun dan beberapa acara lainnya dapat diakomodasi. Semua ruang pertemuan dilengkapi dengan fasilitas standar yang didedikasikan untuk pertemuan dan perencanaan untuk memastikan setiap acara berjalan lancar.

Pada industri jasa khususnya perhotelan, kualitas layanan sangat penting untuk dikelola oleh perusahaan karena kepuasan konsumen sangat diperhitungkan dalam bisnis ini maupun bisnis dibidang lain. Ketika pelayanan yang diberikan perusahaan sudah sesuai maka akan menjadikan nilai positif untuk perusahaan dan perilaku positif oleh konsumen. Perilaku positif yang akan timbul dari konsumen adalah mereka akan kembali menggunakan jasanya apabila mereka puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Namun sebaliknya, jika layanan yang diberikan perusahaan kurang memberikan kepuasan kepada konsumen maka dampaknya konsumen akan beralih ke jasa lainnya yang dirasa lebih baik dari jasa sebelumnya. Intensitas persaingan dan jumlah pesaing yang sangat ketat membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan, keinginan dan harapan yang diinginkan konsumen dengan cara memberikan layanan yang maksimal dan sesuai prosedur.

Untuk menciptakan kualitas layanan yang baik maka dibutuhkan panduan atau cara kerja untuk karyawan. Panduan atau aturan kerja tersebut adalah SOP atau Standar Operasional Prosedur . Standar Operasional Prosedur digunakan agar semua karyawan dalam melakukan pekerjaannya berjalan dengan lancar.

Standar operasional prosedur hotel meliputi :

1. Standar operasional prosedur Bar dan Restaurant
2. Standar operasional prosedur Dapur
3. Standar operasional prosedur Front Office
4. Standar operasional prosedur bagian Reservasi
5. Standar operasional prosedur House keeping
6. Standar operasional prosedur akunting
7. Standar operasional prosedur Engineering

## 8. Standar operasional prosedur Sale Marketing

Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan dengan tingkat layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasional yang dilakukan perusahaan dan keberhasilan operasi perusahaan ditentukan oleh beberapa faktor antara lain karyawan, teknologi, sistem, dan keterlibatan konsumen serta seberapa besar masing masing faktor tersebut dalam memberikan kontribusi terhadap kualitas pelayanan yang diciptakan. Ada beberapa dimensi atau disebut service quality yang merupakan suatu alat ukur untuk kualitas layanan, yaitu dimensi tangible meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Dimensi realibility meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dimensi responsiveness meliputi keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Dimensi empathy meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggan. Yang terakhir dimensi assurance mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

Pemahaman mengenai perilaku konsumen terhadap produk terutama jasa, menjadi hal penting dalam menjamin kesuksesan jangka panjang perusahaan. Dalam persaingan yang ketat, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama, melihat hal tersebut maka pengelola harus lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara mengetahui pelayanan seperti apa yang dibutuhkan dan diinginkan dan juga fasilitas seperti apa yang akan diberikan untuk konsumen. Semua

itu dilakukan agar mendapatkan kepuasan konsumen, apabila pelayanan dan fasilitas yang diberikan ke konsumen sama atau melebihi dari ekspektasi dari konsumen maka konsumen cenderung akan mencoba kembali.

Faktor fasilitas berkaitan dengan kepuasan konsumen karena fasilitas mempunyai kepuasan penting yang berhubungan dengan persepsi konsumen yang diperoleh dari interaksi konsumen dengan fasilitas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan untuk dipakai dan dipergunakan konsumen yang penggunaannya tidak selalu dibayar. Faktor-faktor yang meliputi fasilitas adalah seperti tawaran paket menginap pada hari libur atau hari-hari besar, serta fasilitas kelengkapan kamar yang baik atau unik dan juga kebersihan kamar.

Salah satu aspek penting dalam upaya mempertahankan perusahaan agar tetap eksis dalam bisnisnya adalah menyediakan fasilitas yang dibutuhkan oleh para konsumen diantaranya adalah pertemuan, penjamuan, dan hunian yang nyaman. Karena bisnis ini berhubungan dengan orang-orang sebagai konsumennya, maka bisnis ini berhubungan dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan disini merupakan faktor yang menentukan keberhasilan dalam bisnis ini.

Menghadapi persaingan yang cukup ketat, maka perusahaan harus terus menawarkan nilai lebih yang dapat menarik konsumennya. Dari potongan harga, aneka makanan, hiburan, serta fasilitas lain yang menjadi ciri khas dimata konsumen. Selain itu penambahan seperti ornamen-ornamen dan fasilitas untuk menambah kenyamanan agar para tamu betah untuk singgah dihotel.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Menurut latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan menjadi sebagai berikut:

Kualitas layanan dan fasilitas apa saja yang perlu ditingkatkan untuk memiliki keunggulan bersaing?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Untuk mengetahui kualitas layanan dan fasilitas Hotel Dafam Wonosobo yang perlu ditingkatkan.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Bagi Peneliti**

Manfaat penelitian ini bagi peneliti diharapkan agar dapat menambah wawasan mengenai kualitas jasa dan mengetahui cara untuk meningkatkan kualitas jasa. Selain itu juga diharapkan agar penelitian ini menjadi tolok ukur mengenai penerapan teori dan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah.

### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini bagi Hotel Dafam Wonosobo diharapkan bisa menjadi acuan atau bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan kepada konsumen yang datang.

### **3. Bagi pihak lain**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat untuk membantu pihak yang memerlukan penelitian ini sebagai sumber informasi dan diharapkan agar penelitian ini berguna bagi semua orang.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan kajian dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang sesuai dengan topik yang sekarang dikaji dalam penelitian ini. Tinjauan penelitian terdahulu ini akan dapat menjadi rujukan dalam penelitian ini. Hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti lain adalah sebagai berikut :

Irah Rahayu dalam penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Kumala di Samarinda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen HotelKumala di Samarinda. Penelitian ini menggunakan perhitungan analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi parsial, uji parsial dan simultan. Hasil dari penelitian (uji F) adalah variabel independent (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara simultan dengan variabel dependen. Hasil dari penelitian (uji t) mengenai bukti fisik adalah konsumen belum puas mengenai bangunan dan fasilitas hotel. Hasil dari kehandalan, konsumen merasa sangat puas dengan makanan yang di sajikan oleh hotel dan ketepatan waktu dalam menyajikan manakan. Hasil dari daya tanggap, konsumen merasa sangat puas mengenai indikator karyawan tanggap dalam menangani keperluan dan keluhan konsumen. Hasil dari jaminan, konsumen merasa sangat puas mengenai indikator karyawan hotel yang ramah dalam melayani konsumen, hal ini di lihat dari karyawan yang selalu tersenyum ketikan melayani konsumen. Hasil dari empati, konsumen merasa sangat puas mengenai indikator karyawan yang simpatik terhadap keluhan dan masalah konsumen. Hasil

dari variabel kepuasan konsumen, konsumen sangat puas mengenai indikator minat untuk kembali menginap atau menggunakan jasa di Hotel Kumala.

Desy Erika Permatasari (2015), dalam penelitiannya yang berjudul “Penentuan Strategi Bisnis Manajemen Hotel dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus di Quds Royal Hotel Surabaya)” menyatakan dengan memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik konsumen dari berbagai bidang, Memperkuat hubungan dengan anggota dan konsumen di konteks pembentukan citra sebagai hotel terbaik di kawasan wisata Sunan Ampel, Membuat situs web yang menarik yang berisi informasi tentang produk dan fasilitas hotel, dan pemesanan online untuk memperkenalkan dan menarik konsumen di pasar yang lebih luas, Memaksimalkan dan meningkatkan kualitas layanan hotel dalam menarik konsumen untuk menginap di Quds Royal Hotel, Meningkatkan cita rasa makanan untuk mempromosikan dan memfungsikan restoran dalam penjualan menu a la carte untuk makan siang dan makan malam, Membuat promo pada acara-acara tertentu di berbagai agen perjalanan, situs web, dan jejaring sosial.

Selanjutnya Muhammad Fakhry Amrullah (2018) melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN HOTEL LAA ROYBA DI PEKALONGAN”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat persepsi kinerja dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Bukti Langsung (Tangibles), Keandalan (Reliability) Daya Tangap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy) di Hotel Laa Royba dan untuk mengetahui tingkat harapan dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Bukti Langsung (Tangibles), Keandalan (Reliability) Daya Tangap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy) di Hotel Laa Royba. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode random sampling, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis servqual dan diagram kartesius. Hasil penelitian membuktikan bahwa Tingkat persepsi kinerja dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Bukti Langsung

(Tangibles) adalah sebesar 4,54 masuk dalam kategori sangat puas. Tingkat persepsi kinerja dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Keandalan (Reliability) adalah sebesar 4,42 masuk dalam kategori sangat puas. Tingkat persepsi kinerja dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Daya Tangap (Responsiveness) adalah sebesar 3,52 masuk dalam kategori puas. Tingkat persepsi kinerja dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Jaminan (Assurance) adalah sebesar 4,59 masuk dalam kategori sangat puas dan Tingkat persepsi kinerja dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Empati (Empathy) adalah sebesar 4,55 masuk dalam kategori sangat puas. Tingkat harapan dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Bukti Langsung (Tangibles) adalah sebesar 4,60 masuk dalam kategori sangat puas. Tingkat harapan dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Keandalan (Reliability) adalah sebesar 4,49 masuk dalam kategori sangat puas. Tingkat harapan dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Daya Tangap (Responsiveness) adalah sebesar 3,48 masuk dalam kategori puas. Tingkat harapan dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Jaminan (Assurance) adalah sebesar 4,26 masuk dalam kategori sangat puas dan Tingkat harapan dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti Empati (Empathy) adalah sebesar 4,49 masuk dalam kategori sangat puas.

Penelitian Spaho & Godolka (2015) meneliti mengenai kualitas layanan industri pariwisata khususnya hotel. Industri pariwisata telah menjadi salah satu industri paling menguntungkan di dunia. Kepuasan pelanggan telah diidentifikasi sebagai indikator kinerja utama di hotel industri. Studi ini berfokus pada kepuasan pelanggan hotel bintang 4 di Tirana. Model SERVQUAL diterapkan dalam penilaian kepuasan pelanggan terhadap hotel. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan berdasarkan 22 variabel dari lima dimensi Tangibility, Reliability, Responsiveness, Jaminan dan Empati. Pelanggan residensial dari 7 hotel di Tirana dipilih secara acak. Sembilan puluh empat responden diminta untuk menilai hotel tempat tinggal mereka sehubungan dengan 22 atribut, pada skala Likert

lima poin untuk mengukur harapan dan persepsi sesuai dengan model SERVQUAL. Data dianalisis dengan menggunakan reliabilitas, sarana dan analisis faktor. Hasilnya menunjukkan faktor utama untuk harapan dan persepsi hotel di Tirana. Sebagian besar hasil menunjukkan bahwa persepsi tidak sesuai harapan. Temuan penelitian ini penting bagi manajer hotel Tirana yang harus mencatat bahwa pelanggan cenderung menjadi lebih menuntut dalam syarat tingkat pelayanan hotel yang mereka anggap memuaskan dan sudah jelas itu. Baik tangibles maupun intangible adalah prediktor kepuasan tamu.

Krisna Mahendraswara dalam penelitiannya yang berjudul Studi Terhadap Kualitas Layanan di Hotel Grand Candi Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari variable-variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati di Hotel Grand Candi Semarang. Kualitas pelayanan (service quality) merupakan konsep yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (Fandy Tjiptono, 2002). Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Hotel Grand Candi, sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden. Data penelitian ini diperoleh dengan melakukan kuesioner. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data yang didapat dianalisis dengan menggunakan analisis kepentingan kinerja (Importance Performance Analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang memiliki tingkat kepentingan yang paling tinggi adalah variabel yang berada pada kuadran B yaitu: penggunaan peralatan teknologi modern, tempat parkir memadai dan aman, memahami kebutuhan dan harapan pelanggan dan kemampuan karyawan untuk berkomunikasi. Sedangkan variabel yang memiliki prioritas untuk ditingkatkan adalah variabel yang berada pada kuadran D yaitu: penampilan karyawan yang rapi, karyawan cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan, prosedur pelayanan mudah dimengerti, karyawan menyelesaikan keluhan dengan baik,

karyawan cepat dan tanggap, karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan, karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah, keakuratan dalam pelayanan, sikap sabar dan ramah, dan sungguh-sungguh dalam memperhatikan kepentingan pelanggan.

I Komang Gede Mahendra dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Griya Sunset Kuta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan dan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap konsumen yang menginap di Hotel Griya Sunset Kuta. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 115 konsumen. Metode yang digunakan adalah uji regresi linier berganda yang dilakukan dengan program SPSS. Hasil analisis regresi simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian regresi parsial (uji t) menunjukkan bahwa sebesar 73% bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 27% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Pengertian Jasa**

Menurut Kotler dan Keller (2012), jasa merupakan setiap aktifitas, manfaat atau *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang memiliki sifat *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Dalam hal ini, aktifitas tersebut dapat terikat maupun tidak terikat dengan produk fisik.

Sedangkan menurut DjaslimSaladin (2004), jasa adalah setiap aktivitas atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya kasat mata atau tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu, dimana proses produksinya tidak selalu terikat dengan produk fisik.

Lovelock, dan Wright (2007) juga mendefinisikan jasa sebagai sesuatu yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Proses ini tidak terkait dengan produk fisik, jasa tidak berwujud dan pada umumnya tidak menyebabkan kepemilikan dari suatu faktor produksi.

Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa jasa memiliki empat point karakteristik, yaitu :

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa adalah sesuatu yang bersifat abstrak dan tidak berwujud, jasa tidak dapat dilihat, diraba, di dengar, atau dicium sebelum jasa tersebut telah diterima.

2. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat *nonstandart* dan *non* (Cronin & Taylor, 1992)*variable*. Kualitas jasa dengan kualitas produk fisik yang sudah terstandart, pada kualitas pelayanan jasa tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan, dimana dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena itulah jasa disebut bervariasi.

3. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya.

#### 4. Tidak dapat disimpan (*Pershability*)

Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh penerima jasa tersebut. Karakteristik ini berbeda dengan barang terwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan, dan dipergunakan lain waktu.

Dari pengertian jasa menurut beberapa ahli yang telah disebutkan, maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan setiap aktivitas atau manfaat yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak lain dimana produknya tidak melibatkan produk fisik dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan sesuatu.

#### 2.2.2 Pengertian Kualitas Jasa

Pada era sekarang, persaingan berjalan menjadi semakin ketat dalam industry jasa, maka dari itu perusahaan harus dapat memperhatikan apa yang kebutuhan dan keinginan dari konsumen dan kualitas dari jasanya ditawarkan. Jika perusahaan dapat menjaga kualitas dari jasa yang ditawarkan dengan baik, maka pelanggan akan puas dan bisa bersaing dengan perusahaan lain.

Menurut Tjiptono (2001), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas jasa juga merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan yang diiringi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian jasa tersebut dalam rangka memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Kualitas jasa yang baik juga memiliki kriteria, antara lain

1. Ketepatan waktu pelayanan, dimana hal ini adalah waktu yang diperlukan selama proses transaksi maupun proses pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, yang merupakan upaya untuk meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi
3. Sopan santun dan keramahan pada saat memberikan pelayanan.
4. Kemudahan untuk mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
5. Kenyaman konsumen seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain-lain.

### **2.2.3 Meningkatkan Kualitas Jasa**

Tjiptono (2004) menyatakan bahwa ada beberapa faktor dominan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, diantaranya adalah:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan

Setiap penyedia jasa yang berusaha untuk memberikan kualitas jasa pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan perlu melakukan riset untuk mengidentifikasi jasa dominan yang paling penting bagi pasar kemudian memperkirakan penilaian yang diberikan pasar terhadap penyedia jasa dan pesaing berdasarkan determinan tersebut. Sehingga diketahui posisi relatif penyedia jasa dimata pelanggan dibandingkan dengan pesaing agar dapat memfokuskan peningkatan kualitas pada aspek dominasi.

2. Mengelola harapan dari pelanggan

Ada suatu perusahaan melebih-melebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan agar mereka terpicat. Hal ini seperti dapat menjadi hal yang kurang baik, karena semakin banyak janji yang diberikan maka semakin besar pula harapan dari pelanggan yang dapat berdampak menambah peluang tidak dapat dipenuhi harapan dari pelanggan. Maka dari itu perusahaan perlu untuk

### 3. Mengelola bukti (*evidence*) dari kualitas jasa

Mengelola bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena itu, jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan seperti barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangible* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti dari suatu kualitas jasa. Dari sudut pandang perusahaan yang bergerak di bidang jasa, bukti kualitas ini meliputi segala sesuatu yang dipandang pelanggan sebagai indikator seperti apa jasa yang akan diberikan (*preserviceexpectation*) dan seperti apa jasa yang telah diterima (*postexpectation*).

### 4. Mendidik konsumen tentang jasa

Membantu pelanggan dalam memahami jasa yang diberikan merupakan usaha yang bagus dalam rangka penyampaian kualitas jasa. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik sehingga kepuasan pelanggan dapat menjadi lebih tinggi. Upaya ini dapat dilakukan dalam bentuk melakukan pelayanan sendiri, membantu pelanggan kapan menggunakan jasa, bagaimana menggunakan jasa, dan menjelaskan kepada pelanggan alasan-alasan yang mendasari kebijaksanaan yang bisa mengecewakan mereka.

### 5. Mengembangkan budaya kualitas jasa

Budaya kualitas pelayanan merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentuk dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus.

Budaya kualitas terdiri dari: filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas.

Agar dapat menciptakan budaya kualitas yang baik maka dibutuhkan komitmen menyeluruh pada seluruh anggota organisasi.

#### 6. Menciptakan *automating quality*

Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan. Namun sebelum memutuskan otomatisasi, perusahaan perlu melakukan penelitian secara seksama untuk menentukan bagian mana yang membutuhkan keterlibatan manusia dan memerlukan otomatisasi.

#### 7. Menindak lanjuti jasa

pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk menyampaikan kebutuhan maupun keluhan mereka.

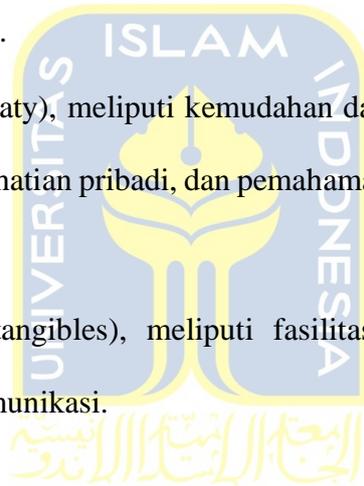
#### 8. Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa

Sistem informasi kualitas jasa suatu sistem yang menggunakan berbagai pendekatan secara sistematis untuk mengumpulkan data dan menyebarluaskan informasi kualitas jasa untuk mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek, yaitu data saat ini dan data masa lalu, kualitatif dan kuantitatif, internal dan eksternal serta informasi mengenai perusahaan dan pelanggan.

### 2.2.4 Dimensi Kualitas Jasa

Dalam menentukan dimensi kualitas jasa terdapat metode yang digunakan untuk melakukan pengukuran yaitu menggunakan metode service quality. Menurut Tjiptono (2006), terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu:

- Reliabilitas, (reliability), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan Sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- Empati (emphaty), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- Bukti fisik (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.



Menurut Yamit (2013) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

- Tangibles meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi
- Reliability meliputi kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan
- Responsiveness meliputi keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap
- Assurance meliputi kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan-keraguan

- Empathy yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan

### 2.2.5 Standar Operasional Prosedur

Standar Operasional Prosedur atau SOP adalah sebuah dokumen yang berisi alur atau cara melakukan suatu pekerjaan yang sudah terstandarisasi. Standar Operasional Prosedur ini memiliki kekuatan sebagai petunjuk. Hal ini mencakupi hal-hal dari operasi yang memiliki prosedur yang pasti. SOP disusun berdasarkan kebutuhan, visi, dan misi organisasi atau perusahaan dengan tujuan yang berbeda-beda. SOP adalah suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja bagi instansi pemerintah maupun non-pemerintah, usaha maupun non-usaha, berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif, dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan (Tjipto Atmoko, 2011). SOP merupakan Panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar (Syailendra, 2015). Menurut Insani (2010) SOP adalah dokumen yang berisi serangkaian instruksi tertulis yang dibakukan mengenai berbagai proses penyelenggaraan administrasi perkantoran yang berisi cara melakukan pekerjaan, waktu pelaksanaan, tempat penyelenggaraan, dan aktor yang berperan dalam kegiatan.

SOP atau yang sering disebut sebagai prosedur tetap (protap) adalah penetapan tertulis mengenai apa yang harus dilakukan, kapan, dimana dan oleh siapa dan dibuat untuk menghindari terjadinya variasi dalam proses pelaksanaan kegiatan oleh pegawai yang akan mengganggu kinerja organisasi (instansi

pemerintah) secara keseluruhan. SOP memiliki manfaat bagi organisasi antara lain (Permenpan No.PER/21/M-PAN/11/2008):

1. Sebagai standarisasi cara yang dilakukan pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan khusus, mengurangi kesalahan dan kelalaian.
2. SOP membantu staf menjadi lebih mandiri dan tidak tergantung pada intervensi manajemen, sehingga akan mengurangi keterlibatan pimpinan dalam pelaksanaan proses sehari-hari.
3. Meningkatkan akuntabilitas dengan mendokumentasikan tanggung jawab khusus dalam melaksanakan tugas.
4. Menciptakan ukuran standar kinerja yang akan memberikan pegawai. cara konkret untuk memperbaiki kinerja serta membantu mengevaluasi usaha yang telah dilakukan.
5. Menciptakan bahan-bahan training yang dapat membantu pegawai baru untuk cepat melakukan tugasnya.
6. Menunjukkan kinerja bahwa organisasi efisien dan dikelola dengan baik.
7. Menyediakan pedoman bagi setiap pegawai di unit pelayanan dalam melaksanakan pemberian pelayanan sehari-hari.
8. Menghindari tumpang tindih pelaksanaan tugas pemberian pelayanan.
9. Membantu penelusuran terhadap kesalahan-kesalahan prosedural dalam memberikan pelayanan. Menjamin proses pelayanan tetap berjalan dalam berbagai situasi.

Dalam (PER/21/M-PAN/11/2008) disebutkan bahwa penyusunan SOP harus memenuhi prinsip-prinsip antara lain: kemudahan dan kejelasan, efisiensi dan efektivitas, keselarasan, keterukuran, dimanis, berorientasi pada pengguna, kepatuhan hukum, dan kepastian hukum.

1. **Konsisten.** SOP harus dilaksanakan secara konsisten dari waktu ke waktu, oleh siapapun, dan dalam kondisi apapun oleh seluruh jajaran organisasi pemerintahan.
2. **Komitmen.** SOP harus dilaksanakan dengan komitmen penuh dari seluruh jajaran organisasi, dari level yang paling rendah dan tertinggi.
3. **Perbaikan berkelanjutan.** Pelaksanaan SOP harus terbuka terhadap penyempurnaan-penyempurnaan untuk memperoleh prosedur yang benar-benar efisien dan efektif.
4. **Mengikat.** SOP harus mengikat pelaksana dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan prosedur standar yang telah ditetapkan.
5. **Seluruh unsur memiliki peran penting.** Seluruh pegawai peran-peran tertentu dalam setiap prosedur yang distandarkan. Jika pegawai tertentu tidak melaksanakan perannya dengan baik, maka akan mengganggu keseluruhan proses, yang akhirnya juga berdampak pada proses penyelenggaraan pemerintahan.
6. **Terdokumentasi dengan baik.** Seluruh prosedur yang telah distandarkan harus didokumentasikan dengan baik, sehingga dapat selalu dijadikan referensi bagi setiap mereka yang memerlukan.



#### 2.2.6 Metode Service Performance (SERVPERF)

Metode SERVPERF digunakan untuk menentukan kualitas layanan /jasa dengan hanya melakukan pengukuran pada kinerja layanan/ jasa tersebut. Metode ini dikembangkan oleh Cronin dan Taylor pada tahun 1992 dan 1994. SERVPERF menyatakan bahwa ukuran kualitas layanan /jasa adalah kinerja dari layanan/ jasa yang diterima konsumen dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas layanan yang benar- benar mereka rasakan. Metode SERVPERF atau service performance digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan, dimana pelanggan sebelumnya tidak mempunyai harapan terkait layanan yang diberikan. Karena itu metode ini lebih mudah digunakan dan lebih sedikit memakan waktu dibandingkan dengan metode SERVQUAL. Evaluasi dan pengukuran kualitas layanan dalam metode SERVPERF adalah berdasarkan faktor penentu yang berasal dari metode SERVQUAL.

SERVPERF menentukan kualitas layanan /jasa dengan hanya melakukan pengukuran pada kinerja layanan /jasa tersebut. Kinerja dipandang sebagai representasi yang paling baik dari persepsi konsumen, dan dinyatakan pula bahwa harapan/ekspektasi bukan merupakan bagian dari konsep SERVPERF.

Model SERVPERF menentukan kualitas layanan dengan hanya melakukan pengukuran pada kinerja layanan . Dalam konsep ini, kinerja merupakan representasi paling baik dari persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima dan dinyatakan pula bahwa harapan bukan merupakan bagian dari konsep SERVPERF (Supiani & Irfan, 2013). Dalam pengembangannya, metode SERVPERF memiliki keunggulan tersendiri dimana pengukurannya didasarkan pada kinerja proseslayanan. Berbeda dengan SERVQUAL, SERVPERF memiliki keunggulan dapat memberikan informasi atribut kualitas layanan manakah yang penting untuk diperbaiki. Sehingga antara keinginan dan kepentingan dapat menjadi lebih tampak dalam analisa atribut kualitas layanan.



**BAB III**  
**METODE PENELITIAN**

### 3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Dafam yang terletak di Jl. Dieng Jl. Rowopeni No.38, Rowopeni, Kalianget, Kec. Wonosobo, Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah 56319. Mengingat bahwa daerah tersebut terdapat beberapa tempat wisata dengan ikon Dataran Tinggi Dieng dimana tempat tertinggi di Jawa tengah yang mana banyak di kunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

### 3.2 Variabel Penelitian

1. *Tangibles* (keadaan fisik) merupakan keadaan fisik suatu penyedia jasa dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Indikator dari *tangibles* yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - a. Hotel memiliki fasilitas dan kelengkapan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
  - b. Karyawan memiliki visualisasi yang menarik dalam melayani pelanggan.
  - c. Karyawan memiliki kinerja pelayanan yang tinggi.
  - d. Karyawan memiliki keahlian dalam memberikan informasi kepada konsumen.
2. *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan penyedia jasa untuk menyediakan layanan jasa secara akurat, terpercaya dan handal. Indikator dari *reliability* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :
  - a. Karyawan memiliki ketepatan dalam melayani konsumen
  - b. Karyawan bekerja secara konsisten
  - c. Hotel dapat memenuhi pelayanan sesuai dengan yang mereka janjikan.

- d. Karyawan dengan tulus melayani konsumen.
3. *Responsiveness*(daya tanggap) adalah kemampuan penyedia jasa untuk memberikan layanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan. . Indikator dari *reliability* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :
- Kemampuan karyawan memberikan layanan dengan cepat
  - Ketersediaan karyawan untuk membantu konsumen
  - Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen
  - Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen
4. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para karyawan penyedia jasa untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada penyedia jasa. Indikator dari *assurance* yang digunakan pada penelitian ini meliputi :
- Mampu meyakinkan: karyawan mampu menumbuhkan rasa kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen.
  - karyawan dapat menciptakan rasa aman kepada konsumen dalam melakukan transaksi di Hotel.
  - Karyawan memiliki sikap yang sopan kepada konsumen,
  - karyawan memiliki pengetahuan tentang layanan yang ditawarkan.
5. *Empathy*(empati) adalah kemampuan dari penyedia jasa memahami keinginan dan perhatian tulus dari pelanggan. Selain itu penyedia jasa juga diharapkan agar dapat memenuhi keinginan dari pelanggan. Indikator dari *empathy* yang digunakan pada penelitian ini adalah :
- karyawan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen.
  - karyawan memiliki kecukupan waktu dalam melakukan pelayanan.
  - karyawan memiliki sifat dan tingkah laku yang baik.

- d. karyawan memberikan perhatian kepada konsumen.
- e. karyawan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen.

### **3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data primer adalah data yang diambil secara langsung dari obyek penelitian. Obyek dari penelitian ini adalah responden yang memiliki kriteria dan karakteristik tertentu yaitu konsumen Hotel Dafam Wonosobo. Data primer tersebut akan diambil melalui penyebaran kuesioner yang sebelumnya telah disiapkan. Kuesioner yang akan digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama adalah data dari responden yang meliputi nama, jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Sedangkan bagian kedua meliputi variable-variabel yang mempengaruhi kepuasan responden mengenai kualitas layanan penyedia jasa.

#### **3.3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan pertanyaan yang sebelumnya disiapkan dan telah dirumuskan kemudian disebar dan akan dijawab oleh responden. Responden dalam penelitian ini sendiri merupakan obyek yang dianggap representative yaitu konsumen dari Hotel Dafam Wonosobo.

Penulis menggunakan skala likert dalam menilai jawaban responden, dalam perhitungan :

1. Bobot 5 : Sangat Setuju (SS)
2. Bobot 4 : Setuju (S)
3. Bobot 3 : Cukup (C)
4. Bobot 4 : Tidak Setuju (TS)

5. Bobot 5 : Sangat Tidak Setuju (STS)

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah semua yang diteliti yang dapat berupa benda, kejadian, nilai maupun dapat berupa hal-hal yang terjadi (Suharni Arikunto, Ine J. Amiruddin Tousda, Mardalis, 1990). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan seluruh objek yang akan diteliti dalam penelitian ini. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan layanan dan fasilitas Hotel Dafam Wonosobo. Dalam hal ini, sifat populasi dari konsumen tidak dapat diketahui secara pasti.

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut Sekaran (2006) sebagian dari populasi yang masih memiliki ciri dan karakteristik yang sama dengan populasi serta mampu mewakili keseluruhan populasi penelitian. Dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan rujukan dari (Rosche 1975) dimana mengusulkan aturan untuk menentukan ukuran sampel yaitu:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Dimana sampel dipecah ke dalam sub sampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.

Menurut pedoman untuk menentukan jumlah sampel sampel diatas, maka sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang pernah menginap di Hotel Dafam Wonosobo yang diharapkan akan memberikan hasil yang semakin baik.

### 3.5 Uji Validitas dan Realibilitas

#### 3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah tes untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin Anda ukur (Siregar, 2013). Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi, yaitu dengan melihat jumlah koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dan total skor. Dengan jumlah sampel pengujian kuesioner sebanyak 30 responden, sehingga tingkat kepercayaan menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , selanjutnya dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai  $r_{xy} > r\text{-tabel} = 0,195$ , maka dapat dinyatakan item tersebut valid. Selanjutnya kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian. Formula untuk menghitung koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) adalah sebagai berikut (Santoso, 2005: 268) :

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XYZ - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan dari rumus di atas adalah :

$r$  = koefisien korelasi (r- hitung)

$n$  = jumlah dari responden

$\Sigma X$  = jumlah skor pertanyaan

$\Sigma Y$  = jumlah skor total

$\Sigma X^2$  = jumlah kuadrat dari skor pertanyaan

$\Sigma Y^2$  = jumlah kuadrat skor total

### 3.5.2 Uji Realibilitas

Ghozali (2005) mengatakan bahwa suatu kuesioner yang memiliki indikator dari suatu variable ataupun konstruk dapat diukur dengan uji reliabilitas. Jawaban responden yang konsisten atau stabil dapat menyatakan bahwa suatu kuesioner yang dibuat handal atau reliabel. Alat ukur pada penelitian ini dikatakan reliabel maupun tidak reliabel, maka diuji dengan menggunakan metode *AlfaCronbach* dengan rumus (Sugiono, 2005) :

$$r_i = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan dari rumus di atas adalah :

$r_i$  = *Alfa Cronbach*

$\sum Si^2$  = mean kuadrat kesalahan

$St^2$  = varians total

$k$  = means kuadrat antara subyek



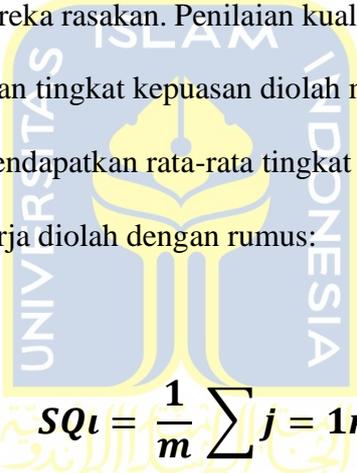
## 3.6 Metode Analisis Data

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini bersifat uraian atau penjelasan-penjelasan dengan membuat tabel-tabel, mengelompokkan dan menganalisis data berdasarkan pada hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dengan menggunakan tabulasi data (Sugiyono, 2010).

### 3.6.2 Analisis SERVPERF

Metode SERVPERF digunakan untuk menentukan kualitas layanan /jasa dengan hanya melakukan pengukuran pada kinerja layanan/ jasa tersebut. Metode ini dikembangkan oleh Cronin dan Taylor pada tahun 1992 dan 1994. SERVPERF menyatakan bahwa ukuran kualitas layanan /jasa adalah kinerja dari layanan/ jasa yang diterima konsumen dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas layanan yang benar- benar mereka rasakan. Penilaian kualitas layanan terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan diolah menggunakan metode SERVPERF untuk mendapatkan rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan. Angka kepuasan/kinerja diolah dengan rumus:


$$SQ_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^k P S_{ij}$$

Diketahui :

$SQ$  = Angka tingkat kinerja untuk atribut  $i$

$PS_{ij}$  = Total nilai jawaban responden tingkat kinerja untuk atribut  $i$

$m$  = Total responden

$k$  = Total Atribut pertanyaan

Angka kepentingan diolah dengan rumus :

$$SQ_i = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^k I_{Sij}$$

Diketahui :

$SQ$  : Angka tingkat kepentingan untuk atribut  $i$

$PS_{ij}$  : Total nilai jawaban responden tingkat kepentingan untuk atribut  $i$

$M$  : Total responden

$K$  : Jumlah atribut pertanyaan



#### BAB IV

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disajikan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan dari Hotel Dafam Wonosobo jika dilihat dari tingkat kinerja pelayanan yang diberikan. Data yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner. Hasil dari jawaban responden akan menjadi informasi dalam menjawab permasalahan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

### 4.1 Deskripsi responden

Deskripsi digunakan untuk memberikan gambaran pengunjung dari Hote Dafam Wonosobo yang menjadi obyek penelitian. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai identitas responden meliputi : jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan.

#### 1. Deskripsi Jenis Kelamin

Berdasarkan dari kuesioner yang dikumpulkan sejumlah 100 responden diperoleh tentang jenis kelamin responden. Adapun deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin secara lengkap pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1 Desrkripsi Responden Berdasarkan *Jenis Kelamin***

| No    | Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|---------------|-----------|----------------|
| 1     | Perempuan     | 56        | 56%            |
| 2     | Laki-laki     | 44        | 44%            |
| Total |               | 100       | 100%           |

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas pengunjung atau responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 56% dan sisanya berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 44%. Hal ini mengindikasikan bahwa pengunjung yang menggunakan jasa Hotel Dafam Wonosobo berjenis kelamin Perempuan.

## 2. Deskripsi Usia

Berdasarkan dari kuesioer yang dikumpulkan sejumlah 100 responden diperoleh data tentang usia responden. Adapun deskripsi reponden secara lengkap berdasarkan usia pada tabel 4.2

**Tabel 4.2 Desrkipsi Responden Berdasarkan *Usia***

| No    | Usia        | Frekuensi | Persentase (%) |
|-------|-------------|-----------|----------------|
| 1     | <20 tahun   | 3         | 3%             |
| 2     | 21-30 tahun | 52        | 52%            |
| 3     | 31-40 tahun | 32        | 32%            |
| 4     | 31-50 tahun | 13        | 13%            |
| Total |             | 100       | 100            |

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa mayoritas pengunjung atau responden berusia 21-30 tahun, yaitu sebanyak 52% kemudian ada usia 31-40 tahun sebanyak 32%.. hal ini mengindikasikan bahwa pengunjung yang menginap di Hotel Dafam Wonosobo rata-rata berusia 21-30 tahun.

## 3. Deskripsi pendidikan

Berdasarkan dari kuesioer yang dikumpulkan sejumlah 100 responden diperoleh data tentang pendidikan responden. Adapun deskripsi reponden secara lengkap berdasarkan pendidikan pada tabel 4.3

**Tabel 4.3 Desrkipsi Responden Berdasarkan *Pendidikan***

| No | Pendidikan | Frekuensi | Persentase (%) |
|----|------------|-----------|----------------|
| 1  | SMA/SMK    | 47        | 47%            |

|       |                 |     |      |
|-------|-----------------|-----|------|
| 2     | Diploma (D1-D3) | 21  | 21%  |
| 3     | Sarjana (S1)    | 32  | 32%  |
| Total |                 | 100 | 100% |

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas pengunjung dengan pendidikan SMA, yaitu sebanyak 47% kemudian pengunjung yang berpendidikan Sarjana (S1) sebanyak 32 %. Hal ini mengindikasikan bahwa pengunjung yang menginap di Hotel Dafam Wonosobo rata-rata berpendidikan SMA.

## 4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian

### 4.2.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrumen penelitian ini benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioer, dititik beratkan pada validitas isi.

Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$  ( $r_{x-y}$ ) pada taraf signifikansi 5%. Nilai  $r_{tabel}$  dengan jumlah responden sebanyak 100 responden diperoleh nilai sebesar 0,195. Nilai sebuah intrumen dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini:

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel *Tangibles***

| Item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Kesimpulan |
|------|--------------|-------------|------------|
|------|--------------|-------------|------------|

|      |       |       |       |
|------|-------|-------|-------|
|      |       |       |       |
| X1.1 | 0,797 | 0,195 | Valid |
| X1.2 | 0,743 | 0,195 | Valid |
| X1.3 | 0,720 | 0,195 | Valid |
| X1.4 | 0,778 | 0,195 | Valid |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel 4.4 hasil uji validitas variabel tangible dari 100 responden diperoleh, hasil menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga hasil menunjukkan bahwa semua item dari variabel tangible adalah valid.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel *Reliability***

| Item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Kesimpulan |
|------|--------------|-------------|------------|
| X2.1 | 0,800        | 0,195       | Valid      |
| X2.2 | 0,710        | 0,195       | Valid      |
| X2.3 | 0,706        | 0,195       | Valid      |
| X2.4 | 0,682        | 0,195       | Valid      |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel 4.5 hasil uji validitas variabel reliability dari 100 responden diperoleh, hasil menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga hasil menunjukkan bahwa semua item dari variabel reliability adalah valid.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel *Responsiveness***

| Item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Kesimpulan |
|------|--------------|-------------|------------|
| X3.1 | 0,927        | 0,195       | Valid      |
| X3.2 | 0,857        | 0,195       | Valid      |
| X3.3 | 0,798        | 0,195       | Valid      |
| X3.4 | 0,782        | 0,195       | Valid      |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel 4.6 hasil uji validitas variabel responsiveness dari 100 responden diperoleh, hasil menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga hasil menunjukkan bahwa semua item dari variabel responsiveness adalah valid.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Assurance**

| Item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Kesimpulan |
|------|--------------|-------------|------------|
| X4.1 | 0,873        | 0,195       | Valid      |
| X4.2 | 0,719        | 0,195       | Valid      |
| X4.3 | 0,817        | 0,195       | Valid      |
| X4.4 | 0,891        | 0,195       | Valid      |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel 4.7 hasil uji validitas variabel assurance dari 100 responden diperoleh, hasil menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga hasil menunjukkan bahwa semua item dari variabel assurance adalah valid.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Emphaty**

| Item | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Kesimpulan |
|------|--------------|-------------|------------|
| X5.1 | 0,885        | 0,195       | Valid      |
| X5.2 | 0,682        | 0,195       | Valid      |
| X5.3 | 0,646        | 0,195       | Valid      |
| X5.4 | 0,719        | 0,195       | Valid      |
| X5.5 | 0,885        | 0,195       | Valid      |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan dari tabel 4.8 hasil uji validitas empathy tangible dari 100 responden diperoleh, hasil menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga hasil menunjukkan bahwa semua item dari variabel empathy adalah valid.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik Alpha Cronbach. Apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliable. Jika Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliable (Ghozali, 2005).

**Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel            | Nilai Cronbach Alpha | Kesimpulan |
|---------------------|----------------------|------------|
| Tangible (X1)       | 0,756                | Reliabel   |
| Reliability (X2)    | 0,700                | Reliabel   |
| Responsiveness (X3) | 0,862                | Reliabel   |
| Assurance (X4)      | 0,841                | Reliabel   |
| Emphaty (X5)        | 0,826                | Reliabel   |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat dilihat nilai Alpha Cronbach untuk variabel tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan di dalam penelitian memiliki reliabilitas yang baik. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner sudah layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

### 4.3 Analisis Penilaian Variabel

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah: 1

Skor penilaian tertinggi adalah: 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai

berikut:

1,00 – 1,80 = Sangat tidak baik

1,81 – 2,60 = Tidak baik

2,61 – 3,40 = Cukup

3,41 – 4,20 = Baik

4,21 – 5,00 = Sangat baik

Analisis servperf menggunakan nilai rata-rata. Penelitian ini terdiri dari 5 variabel yang dianalisis melalui butir-butir pertanyaan atau pernyataan yang telah dijawab oleh responden.

#### 4.3.1 Analisis Servperf Secara Umum

Hasil penilaian responden terhadap analisis Servperf dapat dilihat pada tabel dibawah

ini :

**Tabel 4.10 Analisis Servperf Secara Umum**

| No        | Dimensi        | Skor Rata-rata | Kategori    |
|-----------|----------------|----------------|-------------|
| 1         | Tangible       | 4,38           | Sangat baik |
| 2         | Reliability    | 4,39           | Sangat baik |
| 3         | Responsiveness | 4,19           | Baik        |
| 4         | Assurance      | 4,19           | Baik        |
| 5         | Emphaty        | 4,36           | Sangat baik |
| Rata-rata |                | 4,30           | Sangat baik |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan perhitungan dengan analisis Servperf diatasdapat diketahui secara umum bahwa kualitas layanan di Hotel Dafam Wonosobo dapat dikategorikan sebagai kategori sangat baik dengan skor rata-rata 4,30

#### 4.3.2 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Tangible

Hasil penilaian responden terhadap variabel tangible dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Variabel Tangible**

| No | Dimensi  | N   | Rata-rata | Kategori    |
|----|--|-----|-----------|-------------|
| 1  | Furnitur di hotel modern dan nyaman                    | 100 | 4,32      | Sangat baik |
| 2  | Dekorasi interior dan eksterior di hotel cukup menarik | 100 | 4,38      | Sangat baik |
| 3  | Karyawan berpenampilan rapi dan menarik                | 100 | 4,43      | Sangat baik |
| 4  | Kebersihan publik area Hotel sangat baik               | 100 | 4,39      | Sangat baik |
|    | Rata-rata  | 100 | 4,38      | Sangat baik |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dilihat penilaian dari 100 responden yang memberi penilaian pada item-item pertanyaan variabel tangible skor tertinggi pada item pertanyaan karyawan berpenampilan rapi dan menarik dengan skor 4,43 kategori sangat baik. Sedangkan skor terendah variabel tangibel pada item pertanyaan furnitur hotel modern dan nyaman dengan skor 4,32 kategori sangat baik. Dapat diketahui bahwa penilaian responden pada variabel tangible dapat dikategorikan sangat baik dengan skor rata-rata 4,30.

#### 4.3.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variabel reliability dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Variabel Reliability**

| No | Dimensi   | N   | Rata-rata | Kategori    |
|----|---|-----|-----------|-------------|
| 1  | Karyawan memiliki ketepatan dalam melayani konsumen               | 100 | 4,33      | Sangat baik |
| 2  | Karyawan bekerja secara konsisten                                 | 100 | 4,39      | Sangat baik |
| 3  | Hotel dapat memenuhi pelayanan sesuai dengan yang mereka janjikan | 100 | 4,44      | Sangat baik |
| 4  | Karyawan dengan tulus melayani konsumen                           | 100 | 4,42      | Sangat baik |
|    | Rata-rata   | 100 | 4,39      | Sangat baik |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dilihat penilaian dari 100 responden yang memberi penilaian pada item-item pertanyaan variabel reliability skor tertinggi pada item pertanyaan hotel dapat memenuhi pelayanan sesuai dengan yang mereka janjikan dengan skor 4,44 kategori sangat baik. Sedangkan skor terendah variabel tangibel pada item pertanyaan karyawan memiliki ketepatan dalam melayani konsumen dengan skor 4,33 kategori sangat baik. Dapat diketahui bahwa penilaian responden pada variabel reliability dapat dikategorikan sangat baik dengan skor rata-rata 4,39.

#### 4.3.4 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Responsiveness

Hasil penilaian responden terhadap variabel responsiveness dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.13 Penilaian Responden Terhadap Variabel Responsiveness**

| No | Dimensi  | N   | Rata-rata | Kategori    |
|----|--|-----|-----------|-------------|
| 1  | Kemampuan karyawan memberikan pelayanan dengan cepat | 100 | 4,19      | Baik        |
| 2  | Ketersediaan karyawan untuk membantu konsumen        | 100 | 4,20      | Baik        |
| 3  | Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen  | 100 | 4,22      | Sangat baik |
| 4  | Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen           | 100 | 4,15      | Baik        |
|    | Rata-rata  | 100 | 4,19      | Baik        |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat penilaian dari 100 responden yang memberi penilaian pada item-item pertanyaan variabel responsiveness skor tertinggi pada item pertanyaan Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen dengan skor 4,22 kategori sangat baik. Sedangkan skor terendah variabel tangibel pada item pertanyaan Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dengan skor 4,15 kategori sangat baik. Dapat diketahui bahwa penilaian responden pada variabel responsiveness dapat dikategorikan baik dengan skor rata-rata 4,19.

#### 4.3.5 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variabel assurance dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.14 Penilaian Responden Terhadap Variabel Assurance**

| No | Dimensi   | N   | Rata-rata | Kategori    |
|----|---|-----|-----------|-------------|
| 1  | Karyawan mampu menumbuhkan rasa kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen               | 100 | 4,20      | Baik        |
| 2  | Karyawan dapat menciptakan rasa aman kepada konsumen dalam melakukan transaksi di hotel | 100 | 4,14      | Baik        |
| 3  | Karyawan memiliki sikap yang sopan kepada konsumen                                      | 100 | 4,19      | Baik        |
| 4  | Karyawan memiliki pengetahuan tentang layanan yang ditawarkan                           | 100 | 4,24      | Sangat baik |
|    | Rata-rata   | 100 | 4,19      | Baik        |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat dilihat penilaian dari 100 responden yang memberi penilaian pada item-item pertanyaan variabel assurance skor tertinggi pada item pertanyaan Karyawan memiliki pengetahuan tentang layanan yang ditawarkan dengan skor 4,24 kategori sangat baik. Sedangkan skor terendah variabel tangibel pada item pertanyaan Karyawan dapat menciptakan rasa aman kepada konsumen dalam melakukan transaksi di hotel dengan skor 4,14 kategori sangat baik. Dapat diketahui bahwa penilaian responden pada variabel assurance dapat dikategorikan baik dengan skor rata-rata 4,19.

#### 4.3.6 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variabel emphaty dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.15 Penilaian Responden Terhadap Variabel Emphaty**

| No | Dimensi   | N   | Rata-rata | Kategori    |
|----|---|-----|-----------|-------------|
| 1  | Karyawan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen       | 100 | 4,33      | Sangat baik |
| 2  | Karyawan memiliki kecukupan waktu dalam melakukan pelayanan | 100 | 4,37      | Sangat baik |
| 3  | Karyawan memiliki sifat dan tingkah laku yang baik          | 100 | 4,42      | Sangat baik |
| 4  | Karyawan memberikan perhatian kepada konsumen               | 100 | 4,38      | Sangat baik |
| 5  | Karyawan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen       | 100 | 4,33      | Sangat baik |
|    | Rata-rata   | 100 | 4,36      | Sangat baik |

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat dilihat penilaian dari 100 responden yang memberi penilaian pada item-item pertanyaan variabel assurance skor tertinggi pada item pertanyaan Karyawan memiliki sifat dan tingkah laku yang baik skor 4,42 kategori sangat baik. Sedangkan skor terendah variabel tangibel pada item pertanyaan Karyawan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen dengan skor 4,33 kategori sangat baik. Dapat diketahui bahwa penilaian responden pada variabel emphaty dapat dikategorikan baik dengan skor rata-rata 4,36.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dari bab sebelumnya mengenai Evaluasi Kualitas Layanan Pada Hotel Dafam Wonosobo dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian ini membuktikan, kelima variabel yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sangat berpengaruh terhadap kualitas layanan.
2. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan *Servperf*, dapat disimpulkan bahwa ada 3 dimensi yang sudah sesuai dengan kriteria yang dicari oleh konsumen yaitu *tangible*, *reliability* dan *emphaty* dengan kategori sangat baik.
3. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan *Servperf*, dapat disimpulkan bahwa ada 2 dimensi kualitas layanan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu *responsiveness* dan *assurance* karena dari analisis data belum memberikan hasil yang maksimal.

#### 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan analisis data penulis dapat memberikan saran untuk Hotel Dafam Wonosobo, berikut saran yang dapat penulis berikan :

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan ada beberapa dimensi kualitas layanan yang sudah sesuai dengan apa yang dicari oleh konsumen yaitu dimensi *tangible*, *reliability* dan *emphaty* karena dari hasil analisis data sudah menunjukkan kategori sangat baik dari penilaian responden. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan dimensi dimensi kualitas layanan yang sudah diberikan kepada konsumen.

Selanjutnya, ada 2 dimensi kualitas layanan yang harus menjadi perhatian lebih perusahaan yaitu *responsiveness* dan *assurance* karena dari hasil penelitian belum memberikan hasil yang

maksimal. Perusahaan harus lebih memperbaiki lagi daya tanggap karyawan dan jaminan yang diberikan kepada konsumen agar konsumen tetap mempercayai Hotel Dafam Wonosobo adalah salah satu tempat yang bisa memberikan keamanan dan kenyamanan untuk mereka singgah kembali, karena jaminan berikan yang dimerupakan suatu hal utama yang dicari oleh konsumen.

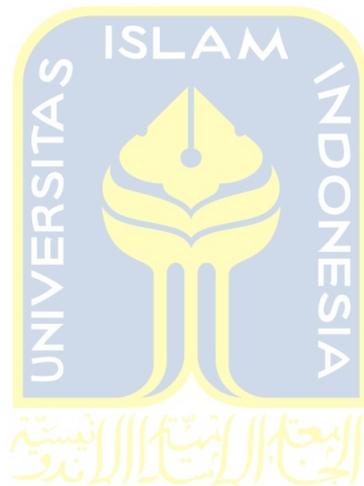


## Daftar Pustaka

- AA Parasuraman, Z. V. (2008). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectation*. New York.
- Afrizawati. (2012). *analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel arista palembang* , 208-1375.
- Cronin, J. Joseph., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing* , ABI/INFORM Global pg. 55.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12* . jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. dan keller. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. jakarta: Erlangga.
- PERMENPAN PER/21/M-PAN/11/2008, P.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (4th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2004). *Manajemen Jasa. Edisi I*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset. Yogyakarta.

Wright, C. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks, Indonesia.

Yamit, Zulian. (2013). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia.



## Lampiran 1

### Kuesioner Penelitian

Kepada :

Yth : bapak/ibu/saudara/i

Ditempat

Dengan hormat saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia :

Nama : Galih Liliawan Baskoro

Nim : 16311315

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen



Dalam rangka mencari data guna menyusun Skripsi dengan judul “**Evaluasi Kualitas Layanan Pada Hotel Dafam Wonosobo**”

Untuk itu, saya mohon bantuan dan kesediaan Saudara/i untuk membantu dalam penelitian ini dengan mengisi kuisisioner terlampir. Saya harap Saudara/i dapat memberikan jawaban yang akurat serta sesuai dengan pengalaman yang sebenarnya. Dalam kuisisioner ini tidak ada jawaban benar atau salah. Saya akan menjamin kerahasiaan data yang Anda berikan, karena jawaban tersebut hanyasebagai bahan penelitian dan tidak untuk dipublikasikan. Atas perhatian dan waktuyang diberikan untuk mengisi kuisisioner jawaban, saya ucapkan terimakasih.

## Daftar Pertanyaan

### Identitas Responden

Nama : (boleh tidak diisi)

Jenis Kelamin :

Umur :

Pendidikan :

### Keterangan

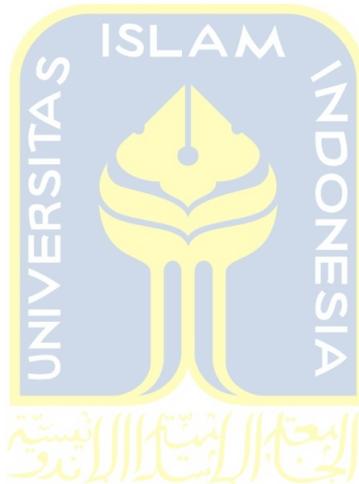
STS : Sangat tidak setuju

TS : Tidak setuju

N : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat setuju



## Pertanyaan

### 1. Tangibles

| No | Pertanyaan  | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1  | Karyawan memiliki kinerja pelayanan yang tinggi                         |     |    |   |   |    |
| 2  | Fasilitas hotel lengkap sesuai dengan yang dibutuhkan kosumen           |     |    |   |   |    |
| 3  | Karyawan mempunyai visualisasi yang menarik                             |     |    |   |   |    |
| 4  | Karyawan memiliki keahlian dalam menyampaikan informasi kepada konsumen |     |    |   |   |    |

### 2. Reliability

| No | Pertanyaan   | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| 1  | Karyawan memiliki ketepatan dalam melayani konsumen                |     |    |   |   |    |
| 2  | Karyawan bekerja secara konsisten                                  |     |    |   |   |    |
| 3  | Hotel dapat memenuhi pelayanan sesuai dengan yang mereka janjikan. |     |    |   |   |    |
| 4  | Karyawan dengan tulus melayani konsumen                            |     |    |   |   |    |

### 3. Responsiveness

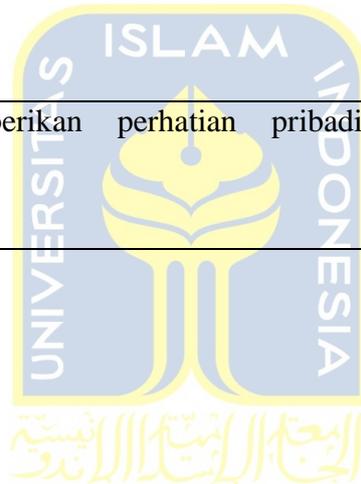
| No | Pertanyaan  | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1  | Kemampuan karyawan memberikan layanan dengan cepat  |     |    |   |   |    |
| 2  | Ketersediaan karyawan untuk membantu konsumen       |     |    |   |   |    |
| 3  | Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen |     |    |   |   |    |
| 4  | Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen          |     |    |   |   |    |

### 4. Assurance

| No | Pertanyaan   | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| 1  | karyawan mampu menumbuhkan rasa kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen.               |     |    |   |   |    |
| 2  | karyawan dapat menciptakan rasa aman kepada konsumen dalam melakukan transaksi di Hotel. |     |    |   |   |    |
| 3  | Karyawan memiliki sikap yang sopan kepada konsumen,                                      |     |    |   |   |    |
| 4  | karyawan memiliki pengetahuan tentang layanan yang ditawarkan.                           |     |    |   |   |    |

5. Empathy

| No | Pertanyaan  | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1  | karyawan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen.      |     |    |   |   |    |
| 2  | karyawan memiliki kecukupan waktu dalam melakukan pelayanan |     |    |   |   |    |
| 3  | karyawan memiliki sifat dan tingkah laku yang baik.         |     |    |   |   |    |
| 4  | karyawan memberikan perhatian kepada konsumen               |     |    |   |   |    |
| 5  | karyawan memberikan perhatian pribadi kepada konsumen       |     |    |   |   |    |



## Lampiran 2

X1

### Correlations

#### Correlations

|       |                     | X1.1     | X1.2     | X1.3     | X1.4     | TOTAL    |
|-------|---------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| X1.1  | Pearson Correlation | 1        | ,479(**) | ,425(**) | ,471(**) | ,797(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     |          | ,000     | ,000     | ,000     | ,000     |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
| X1.2  | Pearson Correlation | ,479(**) | 1        | ,343(**) | ,433(**) | ,743(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000     |          | ,000     | ,000     | ,000     |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
| X1.3  | Pearson Correlation | ,425(**) | ,343(**) | 1        | ,465(**) | ,720(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000     | ,000     |          | ,000     | ,000     |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
| X1.4  | Pearson Correlation | ,471(**) | ,433(**) | ,465(**) | 1        | ,778(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000     | ,000     | ,000     |          | ,000     |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
| TOTAL | Pearson Correlation | ,797(**) | ,743(**) | ,720(**) | ,778(**) | 1        |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000     | ,000     | ,000     | ,000     |          |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

|       |             | N   | %     |
|-------|-------------|-----|-------|
| Cases | Valid       | 100 | 100,0 |
|       | Excluded(a) | 0   | ,0    |
|       | Total       | 100 | 100,0 |

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,756             | 4          |

#### Item-Total Statistics

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X1.1 | 13,2000                    | 2,101                          | ,588                             | ,348                         | ,679                             |
| X1.2 | 13,1400                    | 2,344                          | ,529                             | ,292                         | ,711                             |

|      |         |       |      |      |      |
|------|---------|-------|------|------|------|
| X1.3 | 13,0900 | 2,467 | ,513 | ,277 | ,719 |
| X1.4 | 13,1300 | 2,256 | ,583 | ,343 | ,682 |

X2

## Correlations

### Correlations

|       |                     | X2.1     | X2.2     | X2.3     | X2.4     | TOTAL    |
|-------|---------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| X2.1  | Pearson Correlation | 1        | ,460(**) | ,404(**) | ,397(**) | ,800(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     |          | ,000     | ,000     | ,000     | ,000     |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
| X2.2  | Pearson Correlation | ,460(**) | 1        | ,319(**) | ,260(**) | ,710(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000     |          | ,001     | ,009     | ,000     |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
| X2.3  | Pearson Correlation | ,404(**) | ,319(**) | 1        | ,363(**) | ,706(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000     | ,001     |          | ,000     | ,000     |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
| X2.4  | Pearson Correlation | ,397(**) | ,260(**) | ,363(**) | 1        | ,682(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000     | ,009     | ,000     |          | ,000     |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |
| TOTAL | Pearson Correlation | ,800(**) | ,710(**) | ,706(**) | ,682(**) | 1        |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000     | ,000     | ,000     | ,000     |          |
|       | N                   | 100      | 100      | 100      | 100      | 100      |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

|       |             | N   | %     |
|-------|-------------|-----|-------|
| Cases | Valid       | 100 | 100,0 |
|       | Excluded(a) | 0   | ,0    |
|       | Total       | 100 | 100,0 |

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,700             | 4          |

### Item-Total Statistics

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X2.1 | 13,2500                    | 1,785                          | ,572                             | ,331                         | ,577                             |
| X2.2 | 13,1900                    | 2,095                          | ,458                             | ,235                         | ,653                             |

|      |         |       |      |      |      |
|------|---------|-------|------|------|------|
| X2.3 | 13,1400 | 2,162 | ,474 | ,229 | ,643 |
| X2.4 | 13,1600 | 2,217 | ,441 | ,209 | ,662 |

X3

## Correlations

Correlations

|       |                     | X3.1   | X3.2   | X3.3   | X3.4   | TOTAL  |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X3.1  | Pearson Correlation | 1      | .736** | .696** | .685** | .927** |
|       | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X3.2  | Pearson Correlation | .736** | 1      | .612** | .539** | .857** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X3.3  | Pearson Correlation | .696** | .612** | 1      | .392** | .798** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X3.4  | Pearson Correlation | .685** | .539** | .392** | 1      | .782** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |        | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| TOTAL | Pearson Correlation | .927** | .857** | .798** | .782** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

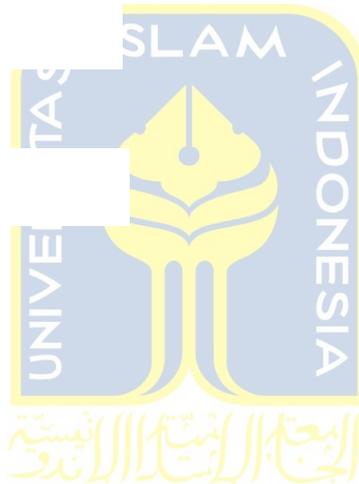
#### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

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

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .862             | 4          |



#### Item-Total Statistics

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X3.1 | 12.5700                    | 3.561                          | .858                             | .737                         | .760                             |
| X3.2 | 12.5600                    | 3.865                          | .737                             | .566                         | .813                             |
| X3.3 | 12.5400                    | 4.150                          | .645                             | .522                         | .850                             |
| X3.4 | 12.6100                    | 4.119                          | .609                             | .489                         | .865                             |

X5

## Correlations

Correlations

|       |                     | X4.1   | X4.2   | X4.3   | X4.4   | TOTAL  |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X4.1  | Pearson Correlation | 1      | .380** | .583** | .933** | .873** |
|       | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X4.2  | Pearson Correlation | .380** | 1      | .525** | .441** | .719** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X4.3  | Pearson Correlation | .583** | .525** | 1      | .586** | .817** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .000   | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X4.4  | Pearson Correlation | .933** | .441** | .586** | 1      | .891** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |        | .000   |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| TOTAL | Pearson Correlation | .873** | .719** | .817** | .891** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|       | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

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

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .841             | 4          |



#### Item-Total Statistics

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X4.1 | 12.5700                    | 3.480                          | .755                             | .875                         | .761                             |
| X4.2 | 12.6300                    | 4.054                          | .502                             | .320                         | .873                             |
| X4.3 | 12.5800                    | 3.741                          | .665                             | .448                         | .802                             |
| X4.4 | 12.5300                    | 3.605                          | .801                             | .879                         | .746                             |

## Correlations

### Correlations

|       |                     | X5.1      | X5.2     | X5.3     | X5.4     | X5.5      | TOTAL    |
|-------|---------------------|-----------|----------|----------|----------|-----------|----------|
| X5.1  | Pearson Correlation | 1         | ,455(**) | ,397(**) | ,469(**) | 1,000(**) | ,885(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     |           | ,000     | ,000     | ,000     | ,000      | ,000     |
|       | N                   | 100       | 100      | 100      | 100      | 100       | 100      |
| X5.2  | Pearson Correlation | ,455(**)  | 1        | ,312(**) | ,404(**) | ,455(**)  | ,682(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000      |          | ,002     | ,000     | ,000      | ,000     |
|       | N                   | 100       | 100      | 100      | 100      | 100       | 100      |
| X5.3  | Pearson Correlation | ,397(**)  | ,312(**) | 1        | ,435(**) | ,397(**)  | ,646(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000      | ,002     |          | ,000     | ,000      | ,000     |
|       | N                   | 100       | 100      | 100      | 100      | 100       | 100      |
| X5.4  | Pearson Correlation | ,469(**)  | ,404(**) | ,435(**) | 1        | ,469(**)  | ,719(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000      | ,000     | ,000     |          | ,000      | ,000     |
|       | N                   | 100       | 100      | 100      | 100      | 100       | 100      |
| X5.5  | Pearson Correlation | 1,000(**) | ,455(**) | ,397(**) | ,469(**) | 1         | ,885(**) |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000      | ,000     | ,000     | ,000     |           | ,000     |
|       | N                   | 100       | 100      | 100      | 100      | 100       | 100      |
| TOTAL | Pearson Correlation | ,885(**)  | ,682(**) | ,646(**) | ,719(**) | ,885(**)  | 1        |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000      | ,000     | ,000     | ,000     | ,000      |          |
|       | N                   | 100       | 100      | 100      | 100      | 100       | 100      |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

|       |              | N   | %     |
|-------|--------------|-----|-------|
| Cases | Valid        | 100 | 100,0 |
|       | Excluded( a) | 0   | ,0    |
|       | Total        | 100 | 100,0 |

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,826             | 5          |

#### Item-Total Statistics

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X5.1 | 17,5000                    | 3,646                          | ,793                             | .                            | ,737                             |
| X5.2 | 17,4600                    | 4,493                          | ,507                             | .                            | ,823                             |
| X5.3 | 17,4100                    | 4,689                          | ,473                             | .                            | ,830                             |
| X5.4 | 17,4500                    | 4,371                          | ,557                             | .                            | ,810                             |
| X5.5 | 17,5000                    | 3,646                          | ,793                             | .                            | ,737                             |

| ESPONDIEN | A4   |      |      |      | A4    |      |      |      | A3   |       |      |      | A4   |      |       |      | A2   |      |      |       |      |      |      |      |      |       |
|-----------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|-------|
|           | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | TOTAL | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | TOTAL | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | TOTAL | X4.1 | X4.2 | X4.3 | X4.4 | TOTAL | X5.1 | X5.2 | X5.3 | X5.4 | X5.5 | TOTAL |
| 1         | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 2         | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 3         | 4    | 3    | 4    | 4    | 15    | 4    | 3    | 4    | 4    | 15    | 3    | 4    | 3    | 5    | 15    | 3    | 5    | 4    | 3    | 15    | 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 15    |
| 4         | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 17    |
| 5         | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 6         | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 5    | 4    | 4    | 4    | 17    | 5    | 3    | 4    | 5    | 17    | 4    | 5    | 3    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 17    |
| 7         | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 5    | 4    | 4    | 17    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 8         | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 5    | 4    | 17    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 9         | 3    | 2    | 3    | 2    | 10    | 3    | 2    | 3    | 5    | 13    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 3    | 2    | 3    | 2    | 3    | 10    |
| 10        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 2    | 4    | 4    | 4    | 14    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 11        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 3    | 4    | 4    | 15    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 12        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 13        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 3    | 5    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 5    | 4    | 17    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 14        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 15        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 16        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 17        | 4    | 5    | 5    | 5    | 19    | 4    | 5    | 5    | 5    | 19    | 4    | 4    | 3    | 4    | 15    | 3    | 4    | 4    | 3    | 14    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 19    |
| 18        | 3    | 5    | 5    | 3    | 16    | 3    | 5    | 5    | 3    | 16    | 3    | 2    | 4    | 3    | 12    | 4    | 3    | 2    | 4    | 13    | 3    | 5    | 5    | 3    | 3    | 16    |
| 19        | 4    | 3    | 5    | 3    | 15    | 4    | 3    | 5    | 3    | 15    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 3    | 5    | 3    | 4    | 15    |
| 20        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 21        | 2    | 4    | 4    | 3    | 13    | 2    | 4    | 4    | 3    | 13    | 2    | 3    | 2    | 5    | 12    | 2    | 5    | 3    | 4    | 14    | 2    | 4    | 4    | 3    | 2    | 13    |
| 22        | 4    | 4    | 4    | 5    | 17    | 4    | 4    | 4    | 5    | 17    | 4    | 4    | 2    | 4    | 14    | 2    | 4    | 4    | 2    | 12    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 17    |
| 23        | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 19    |
| 24        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 25        | 2    | 4    | 3    | 4    | 13    | 2    | 4    | 3    | 4    | 13    | 2    | 5    | 4    | 2    | 11    | 4    | 2    | 5    | 4    | 15    | 2    | 4    | 3    | 4    | 2    | 13    |
| 26        | 5    | 4    | 4    | 3    | 16    | 5    | 4    | 4    | 3    | 16    | 5    | 2    | 5    | 5    | 17    | 5    | 5    | 5    | 2    | 17    | 5    | 4    | 4    | 3    | 5    | 16    |
| 27        | 4    | 4    | 5    | 4    | 17    | 4    | 4    | 5    | 4    | 17    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 17    |
| 28        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 29        | 4    | 4    | 3    | 5    | 16    | 4    | 4    | 3    | 5    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 3    | 5    | 4    | 16    |
| 30        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 31        | 5    | 5    | 4    | 5    | 19    | 5    | 5    | 4    | 5    | 19    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    |
| 32        | 3    | 5    | 4    | 4    | 16    | 3    | 5    | 4    | 4    | 16    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 3    | 5    | 4    | 4    | 3    | 16    |
| 33        | 5    | 5    | 5    | 3    | 18    | 5    | 5    | 5    | 3    | 18    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 18    |
| 34        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 35        | 5    | 5    | 4    | 5    | 19    | 5    | 5    | 4    | 5    | 19    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    |
| 36        | 4    | 3    | 5    | 5    | 17    | 4    | 3    | 5    | 5    | 17    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 17    |
| 37        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 38        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 39        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 40        | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 19    |
| 41        | 4    | 3    | 5    | 5    | 17    | 4    | 3    | 5    | 5    | 17    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 4    | 3    | 5    | 5    | 5    | 17    |
| 42        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 43        | 4    | 4    | 5    | 5    | 18    | 4    | 4    | 5    | 5    | 18    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 18    |
| 44        | 5    | 5    | 4    | 5    | 19    | 5    | 5    | 4    | 5    | 19    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    |
| 45        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 46        | 5    | 5    | 5    | 4    | 19    | 5    | 5    | 5    | 4    | 19    | 5    | 5    | 5    | 3    | 18    | 5    | 3    | 5    | 5    | 18    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 19    |
| 47        | 5    | 5    | 4    | 4    | 18    | 5    | 5    | 4    | 4    | 18    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 18    |
| 48        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 49        | 4    | 3    | 4    | 4    | 15    | 4    | 3    | 4    | 4    | 15    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 15    |
| 50        | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 19    |
| 51        | 5    | 5    | 4    | 4    | 18    | 5    | 5    | 4    | 4    | 18    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 18    |
| 52        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 53        | 4    | 4    | 5    | 4    | 17    | 4    | 4    | 5    | 4    | 17    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 17    |
| 54        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 55        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 56        | 4    | 4    | 4    | 5    | 17    | 4    | 4    | 4    | 5    | 17    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 17    |
| 57        | 5    | 4    | 4    | 4    | 16    | 5    | 4    | 4    | 4    | 16    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 3    | 3    | 3    | 3    | 12    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 58        | 4    | 4    | 5    | 4    | 17    | 4    | 4    | 5    | 4    | 17    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 17    |
| 59        | 4    | 5    | 4    | 4    | 17    | 4    | 5    | 4    | 4    | 17    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 17    |
| 60        | 5    | 5    | 3    | 5    | 18    | 5    | 5    | 3    | 5    | 18    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 18    |
| 61        | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    |
| 62        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 63        | 4    | 5    | 5    | 5    | 19    | 4    | 5    | 5    | 5    | 19    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 19    |
| 64        | 5    | 5    | 5    | 4    | 19    | 5    | 5    | 5    | 4    | 19    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 19    |
| 65        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 66        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 67        | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    | 5    | 4    | 5    | 5    | 19    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 5    | 5    | 5    | 20    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 19    |
| 68        | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    |
| 69        | 4    | 4    | 5    | 5    | 18    | 4    | 4    | 5    | 5    | 18    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 4    | 4    | 16    | 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 18    |
| 70        | 4    | 5    | 4    | 4    | 17    | 4    | 5    | 4    | 4    | 17    | 4    | 4    | 3    | 4    | 15    | 3    | 4    | 4    | 3</  |       |      |      |      |      |      |       |

