

nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor SERVQUAL untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Zeithaml, et al., 1990) dalam (Tjiptono 2005:157):

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Pengukuran hasil survei dilakukan dengan membandingkan antara rata-rata antara harapan dengan persepsi tiap butir instrumen, dengan demikian akan didapatkan gap/kesejangan, yaitu selisih kenyataan dan harapan. Hasil  $> -1$  (ex:-0.40), berarti baik; dan Hasil  $< -1$  (ex:-1,20), berarti kurang baik.

Pada prinsipnya, data yang diperoleh melalui instrumen SERVQUAL dapat dipergunakan untuk menghitung skor gap kualitas jasa pada berbagai level secara rinci:

- a. *Item-by-item analysis*, misalnya,  $P1 - H1$ ,  $P2 - H2$ , dan seterusnya.
- b. *Dimension-by-dimension analysis*, contohnya,  $(P1 + P2 + P3 + P4 / 4) - (H1 + H2 + H3 + H4 / 4)$ , dimana P1 sampai P4 dan H1 sampai H4 mencerminkan empat pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.
- c. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa atau gap SERVQUAL, yaitu  $(P1 + P2 + P3 + \dots + P22 / 22) - (H1 + H2 + H3 + \dots + H22 / 22)$ .
- d. Untuk menganalisis kualitas akan pelayanan yang telah diberikan, maka digunakan rumus (Besterfield dalam Teguh, 2005)

### 2.8.2 Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Instrumen tersebut harus *reliable*, artinya "konstan" didalam pengambilan data. Pengujian ini berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat tes (instrumen). Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Dengan demikian, masalah reliabilitas tes atau instrumen berhubungan dengan masalah ketetapan hasil. Jika terjadi perubahan pada hasil tes atau instrumen, maka perubahan tersebut dianggap tidak berarti.

Sutrisno Hadi (1991) juga mengatakan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur (instrumen) dapat memperlihatkan kemantapan, kejelasan, atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrumen tersebut dalam waktu berikutnya dengan kondisi tetap yang apabila diukur tidak terjadi perubahan. Keandalan berarti bahwa berapa kali pun atribut-atribut kuisioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.. Maka uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* dan dihitung dengan rumus berikut (Aritonang, 2005) :

$$rtt = \left[ \frac{M}{M-1} \right] \left[ \frac{V_y - V_x}{V_y} \right]$$

rtt = koefisien reliabilitas

$V_x$  = varian butir pertanyaan

$V_y$  = varian skor total

$M$  = jumlah butir pertanyaan

Dengan derajat bebas:  $db = N - 2$ , dengan lambang  $N$  menunjukkan jumlah subjek.

Variansi menurut definisinya adalah bilangan simpang baku kuadrat atau dalam rumus :

$$V = SB^2 = \frac{JK}{N}$$

Karena  $V_x$  dan  $V_y$  menggunakan pembagi yang sama, yaitu  $N$  sebagai  $db$ , maka rumus dapat lebih disederhanakan menjadi :

$$r_{tt} = \left[ \frac{M}{M-1} \right] \left[ \frac{V_y - V_x}{V_y} \right] = \frac{M}{M-1} \left[ 1 - \frac{V_x}{V_y} \right]$$

$$= \left[ \frac{M}{M-1} \right] \left[ 1 - \frac{JK_x / (N-1)}{JK_y / (N-1)} \right]$$

$$r_{tt} = \left[ \frac{M}{M-1} \right] \left[ 1 - \frac{JK_x}{JK_y} \right]$$

Dimana :

$JK_x$  = jumlah kuadrat total skor butir

$JK_y$  = jumlah kuadrat total skor factor

$M$  = jumlah butir pertanyaan.

Apabila koefisien reliabilitas semakin mendekati 1, maka kuesioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik. Pengujian reliabilitas ini menggunakan program komputer bantuan SPSS 11.5

### 2.8.3 Sampling

Data dapat diambil secara keseluruhan pada suatu populasi dengan cara sensus. Jika ada keterbatasan kemampuan dengan cara sensus maka dapat diusahakan dengan mengambil sebagian saja data dari populasi yang ada dengan cara sampling. Metode yang digunakan adalah sampling Aksidental sampling untuk konsumen, yaitu individu-individu yang dijadikan sampel adalah konsumen yang kebetulan ada ditempat penelitian untuk dijadikan sebagai sumber data (Umar 1996).

Adapun jumlah sampel untuk konsumen ditentukan dengan menggunakan rumus (Supranto, 1992) :

$$n = p(1-p) \left[ \frac{Z_{1/2\alpha}}{E} \right]^2$$

Dimana :

n = jumlah sampel

P = Proporsi sebenarnya dari populasi

E = Sampling Error

Z  $\alpha/2$  = Tingkat keyakinan

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Hotel Inna Garuda Jl. Malioboro No.60 Yogyakarta.

#### 3.2 Identifikasi Masalah

Dalam tahap ini dilakukan pengidentifikasian masalah yang dihadapi, yaitu bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan pada Hotel Inna Garuda Yogyakarta dengan menganalisa pelayanan yang diberikan pihak hotel apakah telah memenuhi keinginan para pelanggan dan atribut-atribut pelayanan apa saja yang perlu dikembangkan dan diperbaiki kualitasnya dengan mengaplikasikan metode *Service Quality*, *Six Sigma* dan *Diagram Kartesius*.

#### 3.3 Metode Pengumpulan Data

##### 3.3.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini didapat melalui :

##### 1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan agar peneliti menguasai terlebih dahulu teori maupun konsep dasar yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti dari beberapa referensi antara lain laporan-laporan ilmiah, serta tulisan-tulisan

Natour berubah menjadi PT. HIN (Hotel Indonesia Natour) dan pada akhir tahun 2002 hotel-hotel dan restoran dan catering dibawah naungan PT. HIN yang dulunya menyandang nama hotel dan Natour menjadi bernama Inna.

Sejarah telah mencatat bahwa hotel ini pernah menjadi tempat tinggal para Pejuang dan para Menteri. Keberadaan Inna Garuda sangat menunjang salah satu program pemerintah dalam menggalakkan program pariwisata di Indonesia, terutama dalam memenuhi kebutuhan, *accomodation* dan *competition*, terlebih lagi yang terletak di jantung kota Yogyakarta yang merupakan kota pariwisata yang sering disinggahi oleh wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri serta tamu para negara.

Inna Garuda berhasil menjadi salah satu hotel BUMN yang mendapatkan peringkat hotel berbintang empat di Yogyakarta, berkat desain bangunan yang artistik serta fasilitas dan pelayanan yang baik.

#### **4.1.2 Lokasi Hotel**

Lokasi yang sangat strategis, yaitu di jalan malioboro yang merupakan jantung kota Yogyakarta, karena letaknya berada di pusat pertokoan dan pedagang kaki lima yang menjajakan kerajinan khas Yogyakarta.

Lokasi Inna Garuda yang strategis dapat dilihat dari beberapa segi :

1. Segi Historis

Merupakan hotel yang bersejarah. Karena hotel tersebut merupakan tempat dan markas perjuangan tentara Indonesia dalam mempertahankan kemerdekaan dan kedaulatan Bangsa Indonesia.

- g. Memberikan premi
- h. Memberikan transportasi
- i. Menyediakan poliklinik bagi karyawan

Struktur organisasi yang ada pada Inna Garuda merupakan struktur organisasi garis, maksudnya wewenang dan kekuasaan berasal dari atas kemudian mengalir kebagian-bagian dibawahnya dan masing-masing bagian tersebut bertanggung jawab penuh pada atasannya.

Sedangkan pembagian tugas dan wewenang tiap-tiap bagian adalah sebagai berikut :

**1. Direksi**

Merupakan kekuasaan tertinggi yang bertugas mengkoordinir dari kegiatan hotel yang ada diseluruh Indonesia dan berkedudukan di Jakarta.

**2. General Manager**

Merupakan Top Manager pada masing-masing unit PT. HIN yang bertanggung jawab atas kelangsungan dan membawahi :

- a. *Executive Ass. Manager*
- b. *Chief Accountant*
- c. *Man. Power Manager*
- d. *Chief Engineer*
- e. *F & B Manager*
- f. *Purchasing Manager*
- g. *FO Manager*
- h. *Accounting Office Manager*



dikarenakan harapan nasabah akan pentingnya atribut tersebut rendah dan persepsi atas kinerja selama ini juga rendah.

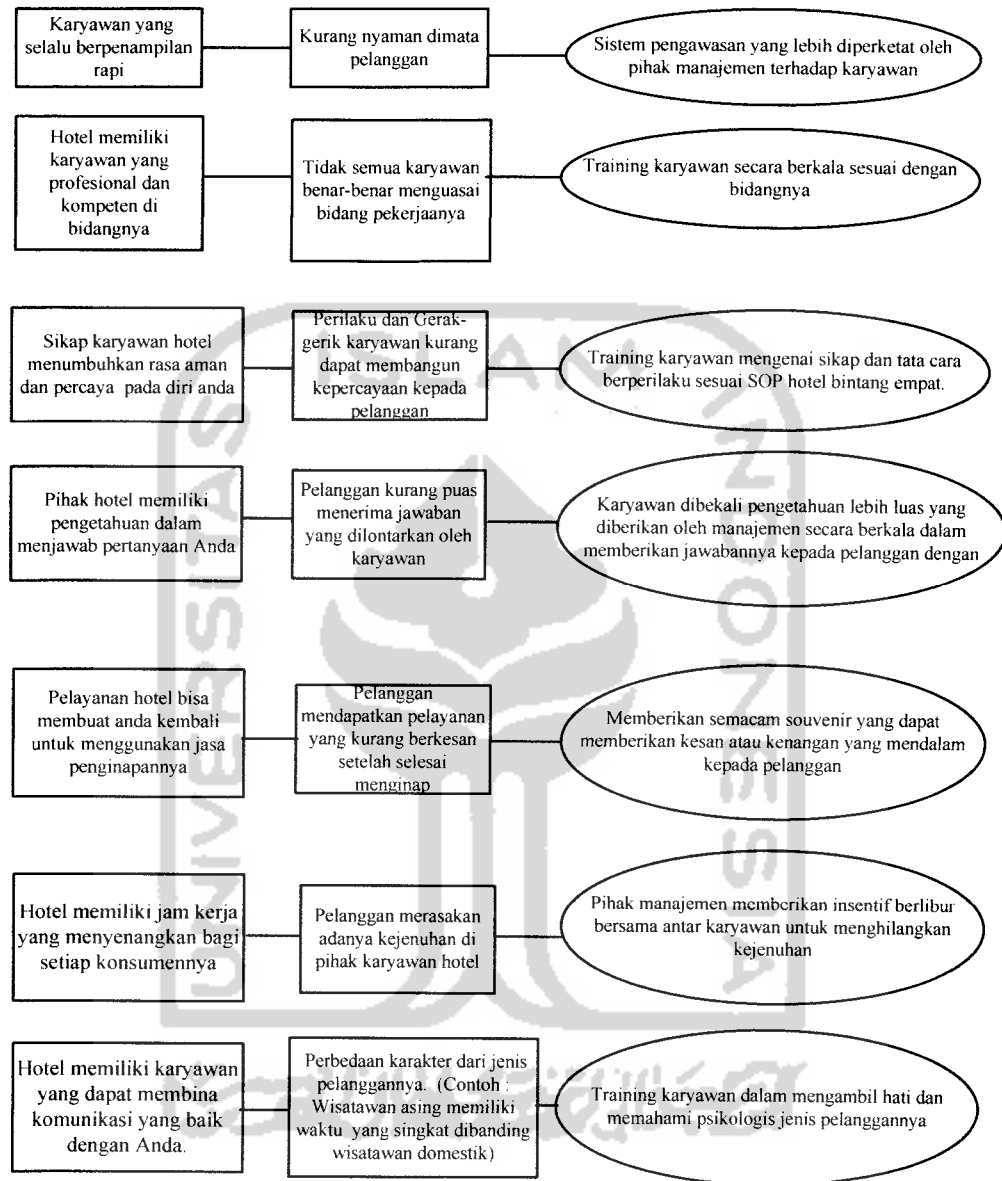
#### **d. Kuadran IV**

Tidak ada atribut dalam dimensi *Emphaty* yang masuk kedalam kuadran IV. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dimensi ini tidak ada atribut pada dimensi ini tidak prioritas yang harus dibenahi dalam pelaksanaannya, karena harapan pelanggan pada kuadran IV rendah sedangkan persepsi/penilaian kinerja selama ini tinggi.





#### 5.4. Rangkuman Permasalahan dan Alternatif Penyelesaian



**Gambar 5.6 Rangkuman Permasalahan dan Alternatif Penyelesaian**

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Layanan yang diberikan oleh pihak bank belum memenuhi keinginan para nasabahnya secara optimal ini dilihat dari *gap* yang terdapat pada setiap atribut kuisisioner.
2. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa rata-rata dimensi kualitas layanan ditinjau dari tingkat sigma berada pada level  $2,11 \approx 2,5$  sigma. Level 2,5 sigma merupakan indikasi bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang masih dibawah rata-rata, karena berdasarkan berdasarkan literatur six sigma, kinerja *avarage company* berada di tingkat sigma 2-4.
3. Atribut-atribut pelayanan yang perlu dikembangkan dan diperbaiki kualitasnya
  - a. Dimensi Bukti fisik pada atribut no.2 yaitu **Hotel memiliki karyawan yang selalu berpenampilan rapi**, dengan nilai harapan sebesar (3,44), persepsi (2,91) dan *gap* (-0,41).
  - b. Dimensi Keandalan pada atribut no.13 yaitu **Hotel memiliki karyawan yang profesional dan kompeten di bidangnya** dengan nilai harapan sebesar (3,50), persepsi (2,80) dan *gap* (- 0,70).