

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Pendahuluan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan hotel Jayakarta di Yogyakarta. Dalam upaya mencapai tujuan penelitian ini, maka data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan model statistik yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis ini diperlukan untuk menguraikan data dari responden atas penyebaran kuisioner. Untuk mencapai maksud tersebut, maka terlebih dahulu akan diuraikan mengenai karakteristik responden.

4.3. Uji Item Pertanyaan

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen indikator dari masing-masing variabel yang dapat digunakan atau mengukur variabel penelitian. Pada tingkat signifikansi 5% dan jumlah sampel sebanyak 50 orang, dari Tabel r diperoleh besarnya koefisien korelasi tabel sebesar $r_{\text{tabel}}=0,276$. Dengan demikian jika suatu item pertanyaan mempunyai nilai *item-total correlation* atau koefisien validitas $>r_{\text{tabel}}=0,276$ (Hadi, 1991: 123) maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid; sebaliknya jika suatu item pertanyaan mempunyai nilai *item-total correlation* atau koefisien validitas $\leq r_{\text{tabel}}=0,276$; maka item

pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid atau gugur, sehingga item pertanyaan tersebut tidak layak digunakan dalam kuesioner.

Tabel 4.1.
Hasil Uji Validitas Pertanyaan Performance

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Tangibles			
	- Item 1	0,872	0,000	Valid
	- Item 2	0,838	0,000	Valid
	- Item 3	0,876	0,000	Valid
2.	Reliability			
	- Item 1	0,347	0,014	Valid
	- Item 2	0,648	0,000	Valid
	- Item 3	0,549	0,000	Valid
3	Responsiveness			
	- Item 1	0,380	0,007	Valid
	- Item 2	0,309	0,029	Valid
	- Item 3	0,658	0,000	Valid
4	Assurance			
	- Item 1	0,826	0,000	Valid
	- Item 2	0,794	0,000	Valid
	- Item 3	0,802	0,000	Valid
5	Emphaty			
	- Item 1	0,290	0,041	Valid
	- Item 2	0,435	0,002	Valid
	- Item 3	0,364	0,009	Valid
	- Item 4	0,667	0,000	Valid

Tabel 4.2.
Hasil Uji Validitas Pertanyaan Ekpectasi

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Tangibles			
	- Item 1	0,637	0,000	Valid
	- Item 2	0,708	0,000	Valid
	- Item 3	0,586	0,000	Valid
2.	Reliability			
	- Item 1	0,669	0,000	Valid
	- Item 2	0,438	0,001	Valid
	- Item 3	0,408	0,003	Valid
	- Item 4	0,608	0,000	Valid
3	Responsiveness			
	- Item 1	0,538	0,000	Valid
	- Item 2	0,521	0,000	Valid
	- Item 3	0,499	0,000	Valid
	- Item 4	0,527	0,000	Valid
4	Assurance			
	- Item 1	0,790	0,000	Valid
	- Item 2	0,841	0,000	Valid
	- Item 3	0,815	0,000	Valid
	- Item 4	0,793	0,000	Valid
5	Emphaty			
	- Item 1	0,523	0,000	Valid
	- Item 2	0,435	0,002	Valid
	- Item 3	0,293	0,039	Valid
	- Item 4	0,451	0,001	Valid

Tabel 4.3.
Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kepuasan Konsumen

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Kepuasan			
	- Item 1	0,733	0,000	Valid
	- Item 2	0,709	0,000	Valid

Sumber : data diolah

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama atau membuat hasil-hasil yang konsisten. Dalam melakukan uji reliabilitas digunakan metode pengukuran Reliabilitas Alpha Cronbach (α) karena setiap butir pertanyaan menggunakan skala pengukuran interval.

Suatu instrument dapat dikatakan reliable/handal apabila memiliki nilai Alpha (α) lebih besar dari 0,60 (Nunnally dalam Zethaml, Berry dan Parasuraman, 1996).

Tabel 4.4.
Hasil Uji Reliability

No.	Kategori	α	Status
1	Tangibles	0,7770	
2	Reliability	0,7110	Reliable
3	Responsiveness	0,7690	Reliable
4	Assurance	0,7407	Reliable
5	Emphaty	0,7641	Reliable

Tabel 4.5.
Hasil Uji Reliability Pertanyaan Kepuasan

No.	Kategori	α	Status
1	Kepuasan	0,6923	Reliable

4.3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden, dimana responden membuat pernyataan dan penilaian terhadap kriteria-kriteria yang diajukan oleh penulis yang terangkum dalam daftar pertanyaan. Kemudian data yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan, selanjutnya dihitung persentasenya.

4.3.1. Karakteristik Responden

4.3.1.1. Jenis kelamin responden

Tabel 4.6.
Jenis kelamin responden

Jenis kelamin	Jumlah	presentase
Pria	59	57,3
Wanita	44	42,7
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 59 orang atau sebesar 57,3%, hal ini disebabkan pria lebih sering melakukan perjalanan bisnis ke luar kota untuk menyelesaikan suatu pekerjaan sehingga membutuhkan tempat peristirahatan yang baik.

4.3.1.2. Tingkat Usia

Tabel 4.7.

Tingkat usia Responden

Tingkat usia	Jumlah	presentase
< 20	6	5,8
20-29	46	44,7
30-40	37	35,9
> 40	14	13,6
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia antara 20-29 tahun merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 46 orang atau sebesar 44,7%, hal ini disebabkan usia antara 20-29 tahun merupakan usia yang aktif dimana kebanyakan merupakan para pekerja lapangan dan merupakan masa produktif.

4.3.1.3. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.8.
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	presentase
SMP	-	-
SMA	9	8,7
D3	3	2,9
Perguruan Tinggi	87	84,5
Lain-lain	4	3,9
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir Perguruan Tinggi merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 87 orang atau sebesar 84,5%, hal ini disebabkan banyak yang merupakan eksekutif muda dan para pengusaha yang mempunyai gelar sarjana.

4.3.1.4. Jenis Pekerjaan

Tabel 4.9.
Jenis pekerjaan responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	presentase
Pegawai negeri	8	7,8
Wiraswasta	27	26,2
Pegawai swasta	62	60,2
Pelajar/Mahasiswa	6	5,8
Lain-lain	-	-
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan pegawai swasta merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 62 orang atau sebesar 60,2%, hal ini disebabkan penugasan keluar daerah dan pembangunan jaringan bisnis antar daerah yang dilakukan perusahaan.

4.3.1.5. Tingkat Pendapatan

Tabel 4.10.

Tingkat pendapatan responden

Tingkat Pendapatan	Jumlah	presentase
< Rp.1.000.000	6	5,8
Rp.1.001.000-Rp. 2.000.000	1	1,0
Rp.2.001.000-Rp. 3.000.000	49	47,6
> Rp. 3000.000	47	46,6
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki penghasilan antara Rp. 2.001.000 – Rp. 3.000.000 merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 49 orang atau sebesar 47,6%, hal ini disebabkan hotel Jaykarta merupakan hotel yang cukup mewah yang hanya terjangkau bagi kalangan menengah ke atas.

4.3.1.6. Tingkat Intensitas Kunjungan

Tabel 4.11.

Tingkat intensitas kunjungan responden

Intensitas	Jumlah	presentase
< 5 kali	71	68,9
5 kali-10 kali	22	21,4
lebih dari 10 kali	10	9,7
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang intensitas berkunjung kurang dari lima kali merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 71 orang atau sebesar 68,9%, hal ini disebabkan konsumen kurang mengenal secara menyeluruh tentang Hotel Jayakarta.

4.3.1.7. Informasi Mengenai Hotel

Tabel 4.12.

Informasi mengenai hotel

Informasi	Jumlah	presentase
Teman	69	67,0
Saudara	25	24,3
Promosi	9	8,7
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang mengetahui informasi dari teman merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 69 orang atau sebesar 67,0%, hal ini disebabkan teman yang pernah menginap di Hotel Jayakarta mempunyai pengalaman yang baik mengenai Hotel Jayakarta, sehingga mampu mempengaruhi orang lain untuk menginap di Hotel Jayakarta.

4.4. Analisis Atribut Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sifat dari suatu jasa. Penelitian ini menggunakan atribut (dimensi) kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman et al (1988), yang meliputi lima dimensi yaitu, *tangibles* (fisik, saran komunikasi, dan perlengkapan), *reliability* (pelayanan dengan segera yang memuaskan sesuai dengan yang dijanjikan), *responsiveness* (kecakapan dalam memberikan layanan), *assurance* (kemampuan dalam memberikan jaminan layanan), *empathy* (kemampuan memahami keinginan pelanggan). Kelima dimensi itu disebut *service quality*, yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan.

Dari lima dimensi tersebut dijabarkan menjadi 19 pertanyaan yang bervariasi, dimana masing-masing dimensi memiliki jumlah empat item pertanyaan kecuali pada pertanyaan *tangibles* ada 3 pertanyaan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dirasakan (persepsi). Dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dengan begitu

akan terdapat perbedaan antara harapan dan persepsi, dengan asumsi sebagai berikut:

- Jika nilai ekpectasi > nilai performance, maka pelayanan kurang atau tidak berkualitas.
- Jika nilai ekpectasi = nilai performance, maka pelayanan berkualitas.
- Jika nilai ekpectasi < nilai performance, maka pelayanan sangat berkualitas.

Dari hasil penelitian, perbedaan antara harapan dan persepsi dapat dilihat pada tabel yang ada pada diagram kartesius dibawah ini.

4.4.1. Analisis Diagram Katesius

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat keseusian antara tingkat harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin besar kepuasan konsumen.

Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

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

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja (performan)

Yi = Skor harapan konsumen

Sebagai contoh pada item pertanyaan penataan interior hotel dengan skor kinerja (X_i) = 2,41 dan skor harapan (Y_i) sebesar 3,25 maka besarnya tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% = \frac{2,41}{3,25} \times 100\% = 74,15\%$$

Begitu juga dengan perhitungan untuk item-item yang lain dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti pada lampiran. Hasil selengkapnya tingkat kesesuaian dapat dilihat pada tabel berikut :



Tabel 4.13
Tingkat Kesesuaian Expectasi dan Performance Pada Hotel Jayakarta

DIMENSI	PERFORMANCE	EKPECTASI	GAP	TK. KESESUAIAN
ANGIBLES				
Penataan interior hotel Jayakarta di Yogyakarta	2.41	3.25	-0.85	74.03
Peralatan yang tersedia di hotel	2.55	3.16	-0.61	80.80
Sarana komunikasi yang ada di hotel	2.65	3.18	-0.53	83.23
Rata-rata	2.54	3.19	-0.66	79.35
ELIABILITY				
Pelayanan yang diberikan oleh hotel sudah sesuai dengan yang dijanjikan	2.41	3.17	-0.77	75.84
Karyawan mempunyai sikap simpatik pada saat memberikan pelayanan	3.08	3.44	-0.36	89.58
Kelengkapan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan	3.03	3.12	-0.09	97.11
karyawan hotel mempunyai ketrampilan dan kecakapan	2.98	3.39	-0.42	87.71
Rata-rata	2.87	3.28	-0.41	87.56
SPONSIVENESS				
Karyawan hotel selalu sigap dalam melayani pelanggan	2.38	3.23	-0.84	73.87
Karyawan hotel dengan cepat menangani keluhan pelanggan	2.82	3.04	-0.22	92.65
Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tepat waktu	2.61	3.18	-0.57	81.97
Karyawan hotel selalu siap membantu pelanggan	2.99	3.63	-0.64	82.35
Rata-rata	2.70	3.27	-0.57	82.71
SSURANCE				
Karyawan hotel di Yogyakarta mempunyai pengetahuan	3.21	3.64	-0.43	88.27
Karyawan selalu sopan dan ramah dalam melayani pelanggan	3.39	3.62	-0.23	93.57
Pihak hotel mampu memberikan keamanan yang baik	3.02	3.72	-0.70	81.14
Para karyawan mampu menanamkan kepercayaan pelanggan	3.21	3.72	-0.51	86.42
Rata-rata	3.21	3.68	-0.47	87.35
IPHATY				
Perhatian karyawan hotel	3.39	3.87	-0.49	87.47
Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi	2.68	3.76	-1.08	71.32
Kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	3.05	3.64	-0.59	83.73
Karyawan dalam memberikan informasi sudah jelas dan tepat	3.42	3.62	-0.20	94.37
Rata-rata	3.13	3.72	-0.59	84.22

Data primer diolah, 2005

a. Tangibles

Dimensi *Tangibles* menunjukkan, kemampuan hotel untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Hotel Jayakarta dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,19) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,54), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 79,36%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Jayakarta dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *tangibles*. Gap yang paling besar terdapat pada item 1 yaitu Penataan interior Hotel Jayakarta sebesar -0,845.

b. Dimensi Reliability

Dimensi *Reliability* menunjukkan, kemampuan hotel untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Hotel Jayakarta dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,28) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,87), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 87,56%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Jayakarta dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *Reliability*. Namun pada item kelengkapan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan hampir memberikan kepuasan bagi konsumen dengan tingkat kesesuaian sebesar 97,1% yang nilainya diatas 95%. Gap

yang paling besar terdapat pada item 1 yaitu Pelayanan yang diberikan oleh hotel sudah sesuai dengan yang dijanjikan sebesar -0,77

c. Dimensi Responsiveness

Dimensi *responsiveness* menunjukkan, kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap. Hotel Jayakarta dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,27) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,70), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 82,71%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Jayakarta dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *responsiveness*. Gap yang paling besar terdapat pada item 1 yaitu Karyawan hotel selalu sigap dalam melayani pelanggan sebesar -0,85

d. Assurance

Dimensi *Assurance* menunjukkan, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Hotel Jayakarta dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,68) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,21), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 87,35%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Jayakarta dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen

pada atribut *assurance*. Gap yang paling besar terdapat pada item 3 yaitu Pihak hotel mampu memberikan keamanan yang baik sebesar -0,70

e. Dimensi *Emphaty*

Dimensi *emphaty* menunjukkan, kepedulian, memberi perhatian pribadi bagi konsumen. Hotel Jayakarta dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,72) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,13), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 84,22%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Jayakarta dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *emphaty*. Gap yang paling besar terdapat pada item 2 yaitu kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi sebesar -1,08.

Selanjutnya dari hasil rata-rata kinerja dan kepentingan konsumen terhadap Hotel Jayakarta dapat dilakukan analisis diagram kartesius. Analisis Diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Hotel Jayakarta. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) perusahaan dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah Performance (Kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah Harapan pelanggan.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{X}, \bar{Y}) , dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja Hotel Jayakarta

\bar{Y} = Skor rata-rata dari seluruh faktor kepentingan konsumen

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{K}$$

Sehingga dapat ditentukan besarnya skor rata-rata tersebut sebagai berikut :

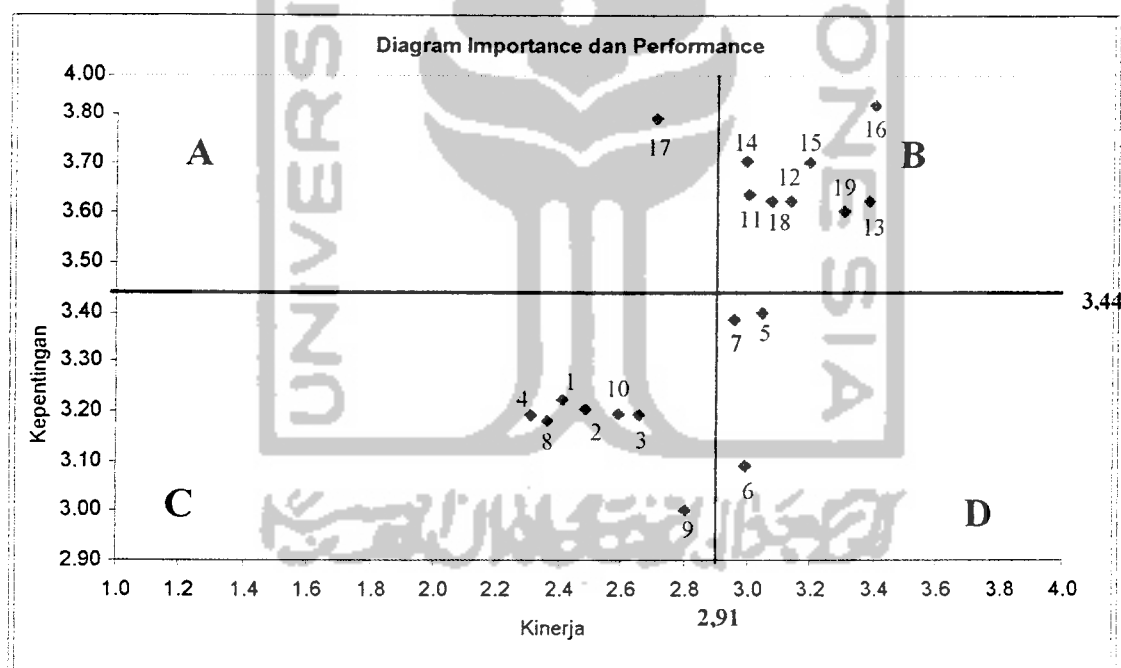
$$\bar{X} = \frac{2,41+2,55+2,65+ \dots + 3,42}{19} = 2,91$$

$$\bar{Y} = \frac{3,25+3,16+3,18+ \dots + 3,62}{19} = 3,44$$

Hasil perhitungan Analysis Diagram Kartesius pada pelayanan Hotel Jayakarta dapat ditunjukkan pada tabel berikut sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 2,91 dan rata-rata nilai Harapan adalah sebesar 3,44. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi kedalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk item yang nilai

kinerja kurang dari 2,91 dan nilai kepentingannya diatas 3,44. Untuk Kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja diatas 2,91 dan nilai kepentingannya diatas 3,44. Untuk kuadran C yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 2,91 dan nilai kepentingannya kurang dari 3,44. Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 2,91 tetapi nilai kepentingannya kurang dari 3,44. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.13. Di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



Gambar 4.1
Diagram Kartesius kualitas pelayanan pada Hotel Jayakarta

Berdasarkan gambar 4.1 di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingan konsumen cukup tinggi. Variabel-variabel ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan.

Untuk kasus diatas variabel-variabel yang ada dalam kuadran A adalah :

- a) Variabel 17 yaitu Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi kepada pelanggan.

Dengan demikian strategi yang dilakukan pihak Hotel Jayakarta harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada variabel ini yaitu dengan cara meningkatkan dimensi empathy seperti training karyawan, selain itu peningkatan sumber daya manusia harus ditingkatkan melalui ketrampilan karyawannya sehingga karyawan memiliki kemampuan dalam melakukan komunikasi dengan para pelanggan.

2. Kuadran B

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran B ini adalah :

- a) Variabel 11 yaitu karyawan hotel selalu siap membantu pelanggan.
- b) Variabel 12 yaitu karyawan hotel mempunyai pengetahuan yang baik

- c) Variabel 13 yaitu karyawan selalu sopan dan ramah dalam melayani pelanggan.
- d) Variabel 14 yaitu pihak hotel mampu memberikan keamanan yang baik dalam pemanfaatan jasa yang ditawarkan.
- e) Variabel 15 yaitu karyawan mampu menanamkan kepercayaan pelanggan kepada hotel.
- f) Variabel 16 yaitu Perhatian karyawan hotel.
- g) Variabel 18 yaitu kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- h) Variabel 19 yaitu karyawan dalam memberikan informasi sudah jelas dan tepat

Dengan demikian strategi yang dilakukan perusahaan harus dapat mempertahankan kedelapan variabel di atas yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh Hotel Jayakarta dimana perusahaan mengedepankan kecepatan dan keandalan pada karyawan yang bekerja yaitu dengan merekrut karyawan yang mayoritas telah berpendidikan sarjana sehingga karyawan bekerja telah memiliki kecakapan yang baik, menepati janji-janji yang diberikan dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima, akurat dalam pelaporan. Selain itu pihak manajemen hotel ini juga telah memberikan kemudahan dalam prosedur mengakses untuk menginap dan menggunakan fasilitas hotel tanpa syarat yang berbelit-belit. Begitu juga dengan karyawan yang telah ditanamkan selalu bersikap sopan, ramah

dan rasa kekeluargaan terjalin dengan pelanggan serta keamanan yang baik diberikan oleh hotel.

3. Kuadran C

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan konsumen rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen ketika menggunakan kualitas pelayanan pada Hotel Jayakarta. Variabel yang ada pada kuadran ini adalah :

- a) Variabel 5 yaitu para karyawan mempunyai sikap simpatik pada saat memberikan pelayanan
- b) Variabel 6 yaitu Kelengkapan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan sudah baik
- c) Variabel 7 yaitu para karyawan hotel mempunyai keterampilan dan kecakapan

Dengan demikian strategi yang dilakukan perusahaan harus memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada ketiga variabel di atas, karena ketidakpuasan konsumen pada umumnya berawal dari variabel-variabel ini. Walaupun perhatian telah diberikan kepada setiap konsumen, namun demikian pada saat-saat tertentu ketika karyawan merasa kewalahan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan yang memiliki keterampilan kurang memadai membuat tidak

nyaman bagi konsumen Untuk itu pihak manajemen harus memperhatikan variabel-variabel ini.

4. Kuadran D

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu tinggi. Variabel yang ada dalam kuadran ini adalah :

- a) Variabel 1 yaitu penataan interior hotel Jayakarta.
- b) Variabel 2 yaitu Peralatan yang tersedia di hotel.
- c) Variabel 3 yaitu Sarana komunikasi yang ada di hotel
- d) Variabel 4 yaitu Pelayanan yang diberikan oleh hotel sesuai dengan yang dijanjikan
- e) Variabel 8 yaitu karyawan hotel selalu sigap dalam melayani pelanggan
- f) Variabel 9 yaitu karyawan hotel dengan cepat menangani keluhan pelanggan
- g) Variabel 10 yaitu Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tepat waktu

Dengan demikian strategi yang dilakukan pihak perusahaan harus mempertimbangkan kembali ketujuh variabel di atas karena dirasakan terlalu berlebihan. Sebaiknya kinerja yang ada pada kedua variabel di atas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada variabel tersebut. Usaha

peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa variabel yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu variabel-variabel yang berada pada kuadran A.

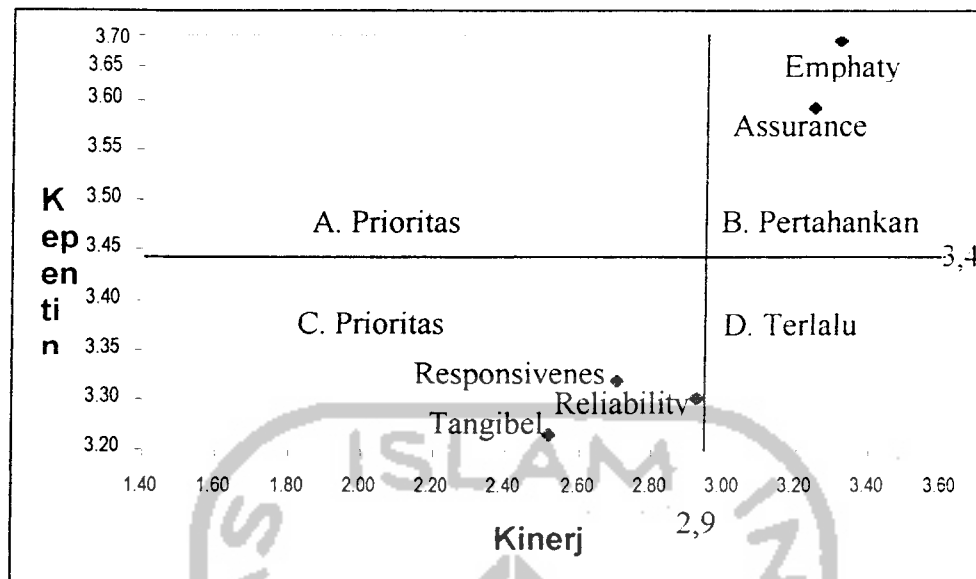
Sedangkan Analisis koordinat kartesius perdimensi didasarkan pada koordinat kartesius antara Hotel Jayakarta terhadap kepentingan pada keseluruhan dimensi yang ada. Hasil indeks kinerja dan indeks kepentingan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.14
Koordinat *Importance – Performance Analisis Per Dimensi*

Dimensi	Indek Ekpectasi	Indeks Performance
Tangible	3,20	2,54
Reliability	3,28	2,87
Responsiveness	3,27	2,70
Assurance	3,67	3,21
Emphaty	3,72	3,13
Rata-rata	3,44	2,91

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata performance sebesar 2,91 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 3,44. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.15 di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



Gambar 4.2
Diagram Importance / Performance Matrik kualitas pelayanan pada
Hotel Jayakarta Per Dimensi

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingannya cukup tinggi. Strategi dari Variabel-variabel ini, dalam penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan performancinya masih belum memuaskan.

Untuk kasus di atas tidak terdapat dimensi yang ada dalam kuadran A

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Dimensi kualitas pelayanan yang berada pada kuadran B adalah dimensi *Emphaty dan Assurance*. Untuk itu strategi perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanan pada kedua dimensi ini karena telah dinilai baik oleh konsumen sesuai dengan harapannya.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat performance dan importance relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan konsumen rendah namun performance yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen ketika menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan oleh Hotel Jayakarta. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah dimensi *Responsiveness, Reliability, dan Tangibles*. Untuk itu strategi yang dilakukan pihak hotel harus meningkatkan pada dimensi ini dengan cara meningkatkan kepedulian dan perhatian dan dari segi fisik hotel perlu adanya perbaikan fisik hotel.

4. Kuadran D (Terlalu Berlebihan)

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki performance yang menurut konsumen sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu penting. Tidak terdapat dimensi yang berada pada kuadran ini.