

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Hotel Inna Garuda Yogyakarta

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Pada masa kependudukan Belanda di Indonesia, pemerintah penjajah ini membangun sebuah hotel pada lokasi yang strategis yaitu di jantung kota Yogyakarta, tepatnya di jalan Malioboro. Hotel yang berbentuk *cottage* tersebut dibangun pada tahun 1908 dan pada masa itu hotel tersebut merupakan hotel termewah dan terbesar di Yogyakarta dengan nama "Grand Hotel De Djokja". Hotel tersebut dioperasikan pada tahun 1911 dan hanya menampung tamu-tamu Gubernur Belanda saja. Tahun 1938 hotel tersebut diubah bentuknya sehingga terdiri dari 2 (dua) buah sayap, sayap utara dan sayap selatan serta bangunan utama di tengah.

Tahun 1942 Jepang masuk menguasai Indonesia, tidak terkecuali kota Yogyakarta. Pemerintah Jepang merubah nama "Grand Hotel De Djokja" menjadi "Hotel Asahi". Dengan perjuangan dan pengorbanan yang teramat berat sampai titik darah penghabisan pada tanggal 17 Agustus 1945 para pejuang Indonesia memproklamkan kemerdekaannya. Hotel Asahi diambil alih oleh bangsa Indonesia dan sesuai dengan keadaan serta semangat pada saat itu hotel tersebut diganti dengan nama Hotel Merdeka. Tahun 1946 karena keadaan politik yang belum stabil dan untuk mengamankan posisi Republik Indonesia, kota Yogyakarta menjadi ibukota

Republik Indonesia sementara dan Hotel Merdeka dijadikan perkantoran oleh para menteri kabinet pada masa itu.

Tahun 1950 Hotel Merdeka diganti nama menjadi "Hotel Garuda". Oleh pemerintah Indonesia, tahun 1975 pengelolaan hotel oleh pemerintah diserahkan kepada PT. Natour. Tahun 1982 PT. Natour dipercayai oleh pemerintah untuk merenovasi Natour Garuda dan ditingkatkan dari hotel berbintang satu menjadi hotel berbintang empat. Pelaksanaan renovasi menelan biaya 9 Milyar Rupiah dan selesai pada akhir tahun 1984.

Guna mempertahankan citra sebagai hotel yang penuh sejarah, maka bentuk bangunan sayap utara dan sayap selatan tetap dipertahankan, tetapi bangunan yang ditengah dijadikan bertingkat tujuh. Natour Garuda yang berstatus BUMN melaksanakan *Trial Opening* diawal tahun 1985 (120 kamar).

Pelaksanaan upacara agung *Grand Opening Ceremony* dilaksanakan pada tanggal 29 Juni 1985 (hari Sabtu Pahing merupakan hari baik dan hari kelahiran Sri Sultan Hamengku Buwono IX), dan diresmikan oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX yang pada masa itu menjabat Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 1987 secara resmi Natour Garuda dikukuhkan oleh pemerintah melalui Depparpostel sebagai hotel berkategori bintang empat.

Bersamaan dengan berkembangnya kepariwisataan yang semakin pesat di Indonesia pada umumnya dan di Yogyakarta khususnya, PT. Natour melaksanakan perluasan untuk Natour Garuda dengan menambah sebanyak

120 kamar sehingga jumlah kamar keseluruhan menjadi 240 kamar siap jual.

Perluasan Natour Garuda ini diresmikan pada tanggal 29 Juni 1991 oleh Sri Paduka Paku Alam VIII yang pada saat itu menjabat Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Merupakan kebanggaan tersendiri bahwa didalam sejarahnya Natour Garuda diresmikan oleh dua raja di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pada bulan Desember 1945 sampai dengan Maret 1964 Hotel Merdeka (Natour Garuda) kamar 911 dan 912 digunakan sebagai kantor MBO (Markas Besar Oemoem) Tentara Keamanan Rakyat pimpinan Panglima Besar Jendral Soedirman. Untuk mengenang peristiwa tersebut, diresmikan prasasti Panglima Besar Jenderal Soederman pada tanggal 30 desember 1996 di Natour Garuda oleh pimpinan pusat paguyuban WEHRKREISE Yogyakarta (Daerah Perlawanan III) bapak Jendral TNI (Purn) Soesilo Soedarman yang pada masa itu menjabat ketua umum.

Dalam rangka memperketat posisi perhotelan yang bernaung di bawah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), pemerintah Indonesia melalui Departemen Keuangan, pada tahun 1993 menggabungkan dua kekuatan besar perhotelan, yaitu PT. Hotel Indonesia dengan PT. Natour di bawah PT. HIN (Hotel Indonesia Natour) yang bernaung dalam satu direksi yang menaungi 16 hotel dan 2 restoran, antara lain:

1. Hotel Indonesia di Jakarta
2. Inna Wisata Internasional di Jakarta
3. Inna Ambarrukmo Palace di Yogyakarta

4. Inna Putri Bali di Bali
5. Inna Bali Beach Hotel
6. Inna Samudra Beach di Pelabuhan Ratu, Jawa Barat
7. Inna Prapat di Prapat Danau Toba
8. Inna Muara di Padang
9. Inna Dharma di Deli Medan
10. Inna Garuda di Yogyakarta
11. Inna Diba Puri di Semarang
12. Inna Simpang di Surabaya
13. Inna Bath Tretes di Tretes Jawa Timur
14. Inna Bali di Bali
15. Inna Kuta Beach di Bali
16. Inna Sindhu Beach di Bali
17. Inna Adisucipto Restaurant and Catering di Yogyakarta
18. Inna Juanda Restaurant and Catering di Surabaya.

4.1.2. Lokasi Perusahaan

Sebagai layaknya sebuah hotel, pemilihan lokasi selalu didasarkan pada beberapa pertimbangan. Beberapa pertimbangan pokok adalah lokasi berada atau dekat dengan pusat bisnis atau kegiatan pemerintah, dekat dengan akses para pengunjung seperti stasiun kereta api, bandara atau terminal bus. Selain itu dipertimbangkan juga mengenai kemungkinannya untuk berkembang atau mengadakan ekspansi. Pada saat pertama kali

didirikan Inna Garuda mempertimbangkan hal-hal tersebut.

Inna Garuda terletak pada lokasi yang sangat strategis di jalan Malioboro No. 60 Yogyakarta. Hampir semua pusat kegiatan dan ciri khas kota Yogyakarta bisa dicapai dengan mudah dan lokasi tersebut tanpa harus mengeluarkan biaya transportasi yang mahal dan tanpa menghabiskan waktu. Pusat bisnis, lesehan, pusat pemerintahan dan gedung-gedung bersejarah, stasiun kereta api serta Kraton Kesultanan Yogyakarta juga dekat dengan lokasi hotel Inna Garuda.

Lokasi Inna Garuda yang strategis dilihat dari berbagai segi:

1. Segi Historis

Merupakan hotel yang bersejarah karena Inna Garuda mempunyai andil besar dalam merebut dan mempertahankan kedaulatan Republik Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya kamar-kamar yang digunakan sebagai tempat perkantoran kabinet pada masa itu.

2. Segi Pemasaran

Inna Garuda terletak di jalan Malioboro yang terkenal sebagai pusat kota dan pusat keramaian kota Yogyakarta. Selain itu jalan Malioboro merupakan kawasan pusat perbelanjaan yang sangat terkenal, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, Inna Garuda juga dekat dengan sarana transportasi seperti stasiun kereta api dan terminal bus.

3. Segi Kepariwisata

Letak Inna Garuda sangat strategis ditinjau dari segi kepariwisataan.

Hal ini dapat dilihat dari letak hotel yang berada dekat dengan tempat pariwisata seperti Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat, Museum Sono Budoyo, Benteng Vredeburg, Gedung Agung, Taman Sari dan pusat perbelanjaan Malioboro.

4. Segi Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang terdidik dan terlatih merupakan salah satu penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan oleh karena itu, dalam pengadaan tenaga kerja Inna Garuda merekrut tenaga kerja yang berasal dari akademi-akademi pariwisata yang jumlahnya cukup banyak di Yogyakarta.

5. Segi Kemasyarakatan

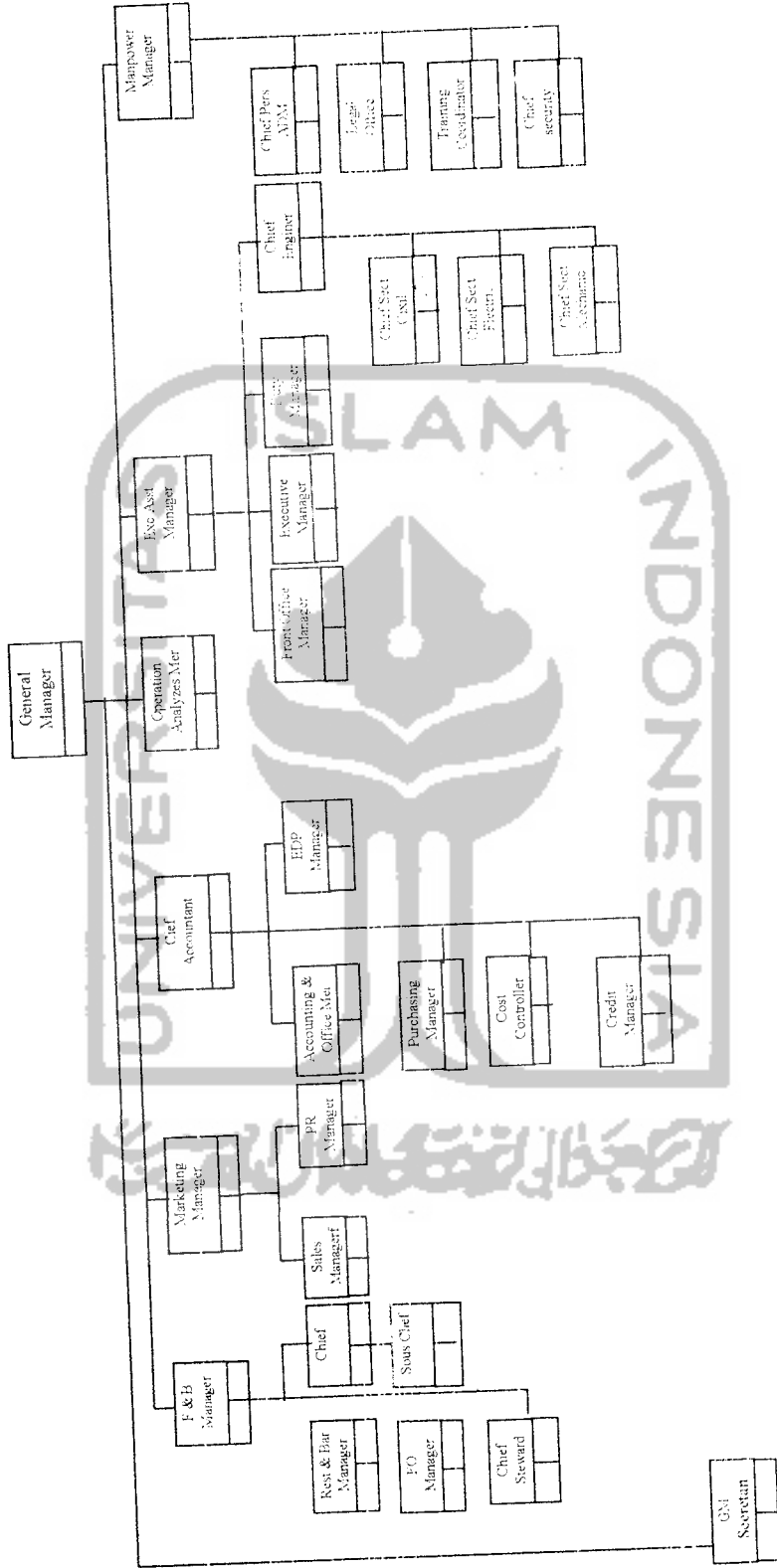
Lokasi Inna Garuda yang berada di kawasan pusat perbelanjaan dan perkantoran terletak jauh dari pemukiman penduduk sehingga aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tidak mengganggu masyarakat.

4.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu bentuk hubungan formasi yang terencana antar kelompok fungsi-fungsi sejenis. Faktor fisik dan personalia yang dibutuhkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi tersebut. Struktur organisasi ini mengandung unsur-unsur spesialisasi kerja, standarisasi, koordinasi, serta sentralisasi maupun desentralisasi dalam pembuatan keputusan dan ukuran satuan kerja.

Inna Garuda memiliki struktur organisasi yang sesuai dengan struktur organisasi yang telah ditetapkan oleh PT. HIN. Struktur organisasi Inna Garuda merupakan struktur organisasi fungsional yang ditunjukkan pada gambar 4.1

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Adapun tugas dan tanggung jawab setiap masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Direksi

Merupakan kekuasaan tertinggi yang bertugas mengkoordinasi kegiatan-kegiatan hotel yang ada di seluruh Indonesia, berkedudukan di Inna Wisata Internasional di Jakarta.

2. *General Manager*

Merupakan pimpinan tertinggi di hotel. Tugas pokoknya adalah menggerakkan dan mengendalikan kegiatan organisasi dalam mengimplementasikan strategi untuk mencapai sasaramnya, mewakili hotel dalam berhubungan dengan pihak luar, memiliki tanggung jawab untuk menerapkan kebijakan-kebijakan pemerintah dalam bidang perhotelan dan kebijakan direksi dan kantor pusat. Selain itu *General Manager* juga ikut dalam kegiatan perencanaan anggaran di kantor pusat, dan ikut semacam panitia anggaran di hotel.

General manager membawahi langsung:

a. *Executive Asst Manager*

b. *Chief Accountant*

c. *Marketing Manager*

d. *Operating Analysis*

e. *Manpower Manager*

3. *Marketing Manager* (Manajer Pemasaran)

Manajer pemasaran memiliki tugas-tugas yaitu: melakukan kegiatan

promosi, melakukan pendekatan-pendekatan, memberikan laporan kepada *executive assistant manager* tentang kegiatan pemasaran dan hasil-hasilnya serta menjalin hubungan dengan publik untuk menciptakan citra hotel yang baik.

Manajer pemasaran membawahi langsung:

- a. *Sales Manager*
- b. *Public Relations Manager*

4. *Executive Assistant Manager*

Merupakan manajer yang bertanggung jawab atas operasional perusahaan yang terdiri dari bagian-bagian (departemen), dan manajer ini juga merupakan kepala tiap-tiap departemen dibawahnya. Bagian-bagian yang bertanggung jawab atas *executive assistant manager* adalah:

- a. *Front Office Manager*, bertugas mengkoordinasikan secara langsung tugas-tugas dan *front office* yang meliputi persiapan daftar perubahan kamar, persiapan daftar tamu VIP, persiapan daftar *check in* dan *check out*, *extra bed*, *discrepancy report*, *holding reservation*. Persiapan status kamar, pengirman *house keeping report*, laporan kamar yang *out of order*, dan menyiapkan *treatment* untuk tamu. *Front Office Manager* membawahi langsung 2 bagian, yaitu *Assistant Front Office Manager* dan *Sport Recreation and Entertainment Manager*.
- b. *Executive Housekeeper* (Manajer Tata Graha), memiliki tanggung

jawab dalam mengkoordinasikan segala aktivitas yang berhubungan dengan kamar-kamar penginapan yang mencakup hak aspek pemeliharaan, kebersihan, persiapan-persiapan dan sebagainya. *Executive Housekeeper* membawahi langsung 3 (tiga) bagian, yaitu *Chief Houseman*, *Chief Laundry*, dan *Chief Floor*.

- c. *Duty Manager*, mempunyai tugas menggantikan fungsi kegiatan dan manajemen departemen pada saat yang bersangkutan sedang dinas, dimana kegiatannya berkaitan dengan penyambutan tamu sejak sebelum tiba hingga sampai di hotel.
- d. *Chief Engineer* mempunyai tanggung jawab menyangkut semua seluk beluk yang berkaitan dengan bangunan, listrik dan tenaga, serta memperbaiki dan mengawasi kerusakan atau kemacetan peralatan *Housekeeper* dan departemen-departemen lain. *Chief Engineer* membawahi langsung 3 staf bagian, yaitu bagian mekanik, bagian elektrik, serta bagian perbaikan dan perawatan.
5. *Food and Beverage Manager*, memiliki tugas memenuhi kebutuhan makanan dan minuman para tamu, meningkatkan kemampuan memasak kepada para koki, dan mengawasi pelayanan di restoran. *Food and Beverage Manager* membawahi 2 (dua) bagian, yaitu:

1) *Restaurant and Bar Manager*

Dimana langsung membawahi 2 bagian yaitu *Chief Bartender* dan *Head Waiter*.

2) *Banquet Manager*

Dimana membawahi langsung *Banquet Administration* dan *Head Waiter*.

6. *Chief Accountant*

Chief Accountant memiliki tanggung jawab penuh masalah keuangan dan akuntansi perusahaan. Manajer membawahi 5 bagian, yaitu:

- a. *Purchasing Manager* (Manajer Pembelian), memiliki tugas merencanakan dan melakukan pembelian semua keperluan hotel dan keperluan untuk fasilitas pendukung seperti restoran dan ruang pertemuan. Manajer pembelian juga bertanggung jawab mengatur syarat pembayaran yang paling menguntungkan perusahaan.
- b. *Accounting dan Office Manager*, memiliki tugas melakukan koordinasi pencatatan dan penyesuaian laporan penerimaan, pengeluaran hutang dan piutang, melakukan koordinasi penyusunan neraca dan laporan terhadap masalah ini secara langsung rugi-laba serta memberikan laporan-laporan realisasi anggaran pada tingkat pelaksanaan dan penyimpangannya.
- c. *Credit Manager* (Manajer Bagian Kredit), memiliki tugas menagih hutang terhadap suatu instansi yang membiayai biaya penginapan konsumen.
- d. *Cost Controlier* (pengendalian biaya), memiliki tugas untuk

menghitung biaya material dan biaya food and beverage.

7. *Operation Analys*

Operation Analys memiliki tugas sebagai berikut: mengumpulkan, mengolah dan melaporkan semua data dan kejadian baik yang finansial maupun non finansial yang terjadi di hotel, misalnya jumlah tamu, pemasukan, dan besarnya sumber dan jenis pengeluaran hari ini, minggu ini, bulan ini, dan seterusnya.

8. *Manpower Manager* (Manajer Personalia)

Tugas manajer personalia adalah merencanakan, mengendalikan dan mengkoordinasikan kegiatan dengan kepegawaian yang mencakup penggajian, rekrutmen tenaga kerja, pendidikan dan pelatihan pegawai, pemutusan hubungan kerja serta deskripsi kerja. Manajer personalia membawahi langsung 5 bagian, yaitu:

a. *Training Manager*

Tugas seorang *Training Officer* adalah menyusun anggaran dan program kerja, diklat, mempersiapkan penunjang pembimbing (instruktur), menyusun jadwal diklat, menyiapkan surat keputusan penunjukkan instruktur, menyelesaikan hasil-hasil evaluasi serta diklat, kelengkapan administrasi kepegawaian.

b. *Chief Personal Administration*

Chief Personal Administration bertanggung jawab atas pengaturan kelancaran dan keterpaduan tugas-tugas

kepegawaian.

c. *Legal Officer*

Legal Officer, bertanggung jawab menyiapkan data-data perusahaan yang terkait dengan aspek legal, menyiapkan perangkat hukum, seperti: Kepres, Sekmen, UU & UHP yang diperlukan dalam pembuatan kontrak dengan perusahaan lain.

d. *Medical Services*

Dijabat oleh seorang dokter, bertugas dan bertanggung jawab atas pemeliharaan kesehatan karyawan, pemeriksaan kesehatan berkala, melakukan pengawasan atas terciptanya kondisi kerja (kesehatan dan keselamatan kerja/K3) di perusahaan.

e. *Chief Security*

Chief Security bertugas mengawasi keluar masuknya barang dari hotel, menangani barang milik tamu yang hilang, pengamanan terhadap seluruh areal hotel.

Berdasarkan struktur organisasi Ima Garuda menunjukkan ada 10 manajer yang memimpin departemen, kecuali *Duty Manager*. Para manajer tersebut kemudian disebut kepala bagian.

Keseluruhan departemen tersebut dapat dikelompokkan menurut pertanggungjawaban sebagai berikut:

1. Pusat Biaya Standar/teknik
 - a. Departemen *Engineering*
 - b. Departemen *Purchasing*

2. Pusat Biaya Kebijakan
 - a. Departemen Personalia/Manpower
 - b. Departemen Accounting
 - c. Departemen *Operation Analyzes*
 - d. Departemen *Credit*
3. Pusat Laba/Pendapatan
 - a. Departemen *Marketing*
 - b. Departemen *Front Office*
 - c. Departemen *Food And Beverage*
 - d. Departemen Tata Graha

Prestasi manajer pusat biaya dinilai berdasarkan besarnya biaya yang dikeluarkan dengan biaya yang dianggarkan, sedangkan prestasi manajer pusat pendapatan dinilai berdasarkan besarnya pendapatan yang diperoleh dengan pendapatan yang dianggarkan.

4.1.4. Produk Jasa dan Fasilitas Perusahaan

Produk utama yang ditawarkan kepada konsumen adalah menyewakan kamar. Seluruh kamar dan publik area (*in door*) ber-AC dengan fasilitas standar yang meliputi *private bath, hot and cool running water, video/program TV, piped music, mini bar, serta refrigerator*. Jumlah kamar yang dioperasikan sebanyak 229 kamar yang terdiri dari:

1. *President Suite* sebanyak 1 buah
2. *Executive Suite* sebanyak 7 buah

3. *Junior Suite* sebanyak 22 buah
4. *Deluxe* sebanyak 63 buah
5. *Standar* sebanyak 136 buah

Tabel 4.1
Harga kamar Hotel Inna Garuda

Jenis Kamar	Tarif (single)	Tarif (double)
President suite	Rp. 2.750.000	Rp. 2.750.000
Executive suite	Rp. 1.750.000	Rp. 1.750.000
Junior suite	Rp. 1.100.000	Rp. 1.100.000
Deluxe	Rp. 600.000	Rp. 700.000
Standard	Rp. 450.000	Rp. 500.000

Sumber data : Inna Garuda Convention & Exhibition

Fasilitas pelengkap kamar yang disediakan seperti *extra bed* dan *group rate (single-double)*. Khusus untuk kamar-kamar *suite* yang terletak di bangunan baru dilengkapi dengan *bath robe/kimono* dan *slipper*, serta *hairdryer*.

Disamping menyewakan kamar, Inna Garuda juga menawarkan produk lain, yaitu berupa makanan dan minuman. Untuk makanan dan minuman tersebut, Inna Garuda melengkapinya dengan fasilitas-fasilitas berupa *restaurant*, *bar*, dan *lobby lounge* seperti:

1. Djanoer Koenig Oriental Restaurant (10.30 am-02.30 pm)
2. Enam Djam di Djokdja Coffee Shop (06.00 am-0.00 pm)
3. Miyagawa Asahi Japanese Restaurant (11.00 am-03.00 pm)-(06.00 pm-10.00 pm)

4. Mataram Bar (10.00 am-24.00 am)
5. Kafe Garuda (17.50-24.00 pm)

Selain itu Inna Garuda juga menyediakan fasilitas pendukung lainnya seperti:

1. Fasilitas olahraga, antara lain kolam renang dan *tennis court*.
2. Sewa ruang untuk berbagai macam acara. Jenis ruangan dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4.2
Daftar Ruang dan Kapasitas di Inna Garuda

No	Room	Kapasitas	
		Class Room (orang)	Theatre (orang)
1.	Borobudur Hall	375	800
2.	Mendut Room	100	250
3.	Prambanan Room	80	200
4.	Boko Room	40	75
5.	ASEAN Room	20	50
6.	Kalasan Room	40	75
7.	Sambisari Room	40	75
8.	Arjuna Room	40	75
9.	Nakula Room	10	30
10.	Yudistira Room	8	15

Sumber data: Inna (Jaruda Convention & Exhibition)

3. Fasilitas lainnya, seperti: *ATM laundry and dry cleaning, money changer, bank, agen perjalanan, warpostel, taxi service, areal parkir yang luas, shopping arcade dan beauty pal our*. Juga tersedia bus *full AC* untuk mengantar dan menjemput tamu/barang dan ke bandara Adi Sucipto, penyambutan khusus dengan tabur bunga dan musik gamelan untuk rombongan tamu dari luar negeri.

4.2 Analisis data

4.2.1 Analisis Kualitatif

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil populasi konsumen atau masyarakat yang menginap di Hotel Inna Garuda Yogyakarta. Oleh karena keterbatasan yang dimiliki penulis, maka penulis mengambil sampel dari populasi tersebut guna mempermudah dalam mendapatkan data yang diperlukan. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan menyebarkan kuisioner yang diberikan kepada responden yaitu konsumen yang menginap di Hotel Inna Garuda Yogyakarta. Penyebaran kuisioner ini dilakukan untuk mengidentifikasi kepuasan konsumen dalam menggunakan Hotel Inna Garuda melalui beberapa atribut kualitas yang melekat pada hotel tersebut seperti : *tangible* (faktor fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Sedangkan karakteristik responden yang diukur adalah berdasarkan keperluan mereka

menginap di Hotel Inna Garuda yaitu keperluan bisnis atau non bisnis, yang kemudian hasilnya dimasukkan dalam tabel.

Tabel 4.3
Karakteristik responden berdasarkan tujuan menginap di Hotel Inna Garuda

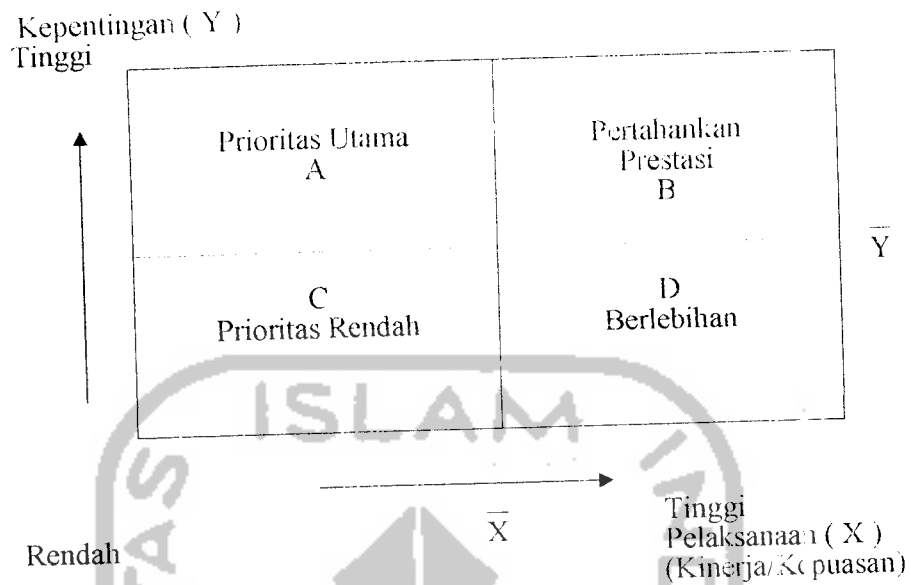
	Frequency	Percent
Bisnis	55	55,0
Non Bisnis	45	45,0
Total	100	100,0

Berdasarkan hasil kuisioner yang diberikan kepada 100 responden (konsumen yang menginap di hotel Inna Garuda Yogyakarta) diperoleh hasil sebagaimana tercantum dalam tabel 4.3 di atas. Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang menginap di Hotel Inna Garuda bertujuan untuk keperluan bisnis yakni berjumlah 55 responden (55%) dan 45 responden yang lain bertujuan untuk keperluan non bisnis, seperti berlibur atau rekreasi biasa.

4.2.2 Analisis Kuantitatif

Untuk menganalisis data-data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuisioner akan digunakan metode analisis diagram kartesius. Metode diagram ini digunakan untuk mengetahui banyaknya atribut atau factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen serta mengetahui posisi data pada suatu diagram apakah terletak di kuadran A, B, C atau D.

Diagram Kartesius



Keterangan :

- A. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun perusahaan belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan dan tidak memuaskan.
- B. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan memuaskan.
- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya oleh

perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

- D. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting namun sangat memuaskan.

4.2.2.1 Analisis dan Pembahasan Setiap Faktor / Atribut

A. Analisis Tangible

Dalam analisis ini terdapat tiga hal yang akan dibahas, yaitu :

1. Fasilitas yang ada di Hotel Inna Garuda mampu menunjang kepuasan konsumen

Fasilitas yang disediakan hotel hendaknya dapat menunjang kepuasan konsumen. Adanya fasilitas yang memadai membuat konsumen merasa bahwa jasa yang dipakai sudah sesuai dengan keinginan mereka. Maka dari itu pihak hotel hendaknya senantiasa memperhatikan fasilitas yang ada dan selalu berusaha memperbaiki segala kekuarangan yang ada.

Dalam hal ini 100 responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap fasilitas yang ada di hotel mampu menunjang kepuasan konsumen, seperti tabel 4.4 A

Tabel 4.4 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Fasilitas Yang ada di Hotel Mampu
Menunjang Kepuasan Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	49	5	245
Penting	31	4	124
Sedang	20	3	60
Tidak penting	-	2	-
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		429

Tingkat penilaian konsumen terhadap fasilitas yang ada di hotel mampu menunjang kepuasan konsumen, seperti tabel 4.4 B

Tabel 4.4 B
Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Fasilitas Yang ada di Hotel Mampu
Menunjang Kepuasan Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	11	5	55
Baik	61	4	244
Sedang	23	3	69
Tidak baik	5	2	10
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		378

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 88,11%

{tingkat kesesuaian = $(378 : 429) \times 100 \%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen terpenuhi sebesar 88,11 %.

2. Hotel Inna Garuda Bersih dan Rapi

Kebersihan hotel merupakan salah satu hal penting yang dapat dirasakan, dilihat dan dinilai langsung oleh konsumen. Untuk menjaga kebersihan dan kerapian hotel diperlukan perawatan dari pihak hotel itu sendiri. Kebersihan dan kerapian hotel akan mencerminkan citra hotel tersebut di mata konsumen.

Dalam hal ini terdapat 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap kebersihan dan kerapian hotel, seperti tabel 4.5 A

Tabel 4.5 A

Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Kebersihan dan Kerapian Hotel Inna Garuda

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	49	5	245
Penting	39	4	156
Sedang	8	3	24
Tidak penting	4	2	8
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		433

Tingkat penilaian konsumen terhadap kebersihan dan kerapian hotel, dapat dilihat di tabel 4.5 B

Tabel 4.5 B
Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Kebersihan dan Kerapian Hotel Inna Garuda

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam:		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	12	5	60
Baik	43	4	172
Sedang	28	3	84
Tidak baik	17	2	34
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		350

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 80,83% {tingkat kesesuaian = $(350 : 433) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 80,83 %.

3. Penampilan karyawan hotel Inna Garuda sopan dan rapi

Penampilan karyawan juga merupakan salah satu faktor penting yang dapat langsung dirasakan, dilihat dan dinilai oleh konsumen. Maka dari itu diperlukan perhatian khusus terhadap kesopanan dan kerapian karyawan karena bagaimanapun hal tersebut mencerminkan citra hotel tersebut di mata konsumen.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang penampilan karyawan hotel yang sopan dan rapi, seperti tabel 4.6 A

Tabel 4.6 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap
Penampilan karyawan Hotel Inna Garuda sopan dan rapi

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	55	5	275
Penting	25	4	100
Sedang	20	3	60
Tidak penting	-	2	-
Sangat tidak penting	-	-	-
Jumlah	100		435

Tingkat penilaian konsumen terhadap penampilan karyawan hotel yang sopan dan rapi, seperti pada tabel 4.6 B

Tabel 4.6 B
Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap
Penampilan karyawan Hotel Inna Garuda sopan dan rapi

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	13	5	65
Baik	44	4	176
Sedang	39	3	117
Tidak baik	4	2	8
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		366

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 84,13% {tingkat kesesuaian = $(366 : 435) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 84,13%.

B. Analisis Reliability

Dalam hal ini terdapat dua hal yang akan dibahas, yaitu :

1. Karyawan hotel Inna Garuda melayani secara konsisten, cermat dan teliti

Pelayanan yang konsisten, cermat dan teliti dari karyawan hotel dalam memenuhi keinginan konsumen merupakan suatu nilai tambah bagi hotel tersebut. dimana pihak hotel dapat mengerti dan

menganalisis kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk itu pihak hotel melalui karyawannya yang bertugas harus dapat memberikan pelayanan jasa yang sesuai dengan yang telah dijanjikan.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap karyawan hotel yang dapat melayani secara konsisten, cermat dan teliti, seperti tabel 4.7 A

Tabel 4.7 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Karyawan hotel Inca Garuda
Yang Melayani Secara Konsisten, Cermat dan Teliti

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	55	5	275
Penting	31	4	124
Sedang	14	3	42
Tidak penting	-	2	-
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		441

Tingkat penilaian konsumen terhadap karyawan hotel yang dapat melayani secara konsisten, cermat dan teliti, seperti tabel 4.7 B

Tabel 4.7 B
Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Karyawan hotel Inna Garuda Yang Melayani Secara Konsisten, Cermat dan Teliti

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	12	5	60
Baik	53	4	212
Sedang	35	3	105
Tidak baik	-	2	-
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		377

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 85,48 % {tingkat kesesuaian = $(377 : 441) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 85,48 %.

2. Kemampuan hotel memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan
Pelayanan yang ramah dan memuaskan menjamin bahwa petugas memiliki sikap untuk selalu melayani permintaan dan menangani keluhan konsumen. Hal ini mencerminkan tanggung jawab pihak hotel terhadap konsumen-konsumennya.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan, seperti tabel 4.8 A

Tabel 4.8 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Kemampuan Hotel Memberikan
Pelayanan Yang Ramah dan Memuaskan

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	40	5	200
Penting	51	4	204
Sedang	9	3	27
Tidak penting	-	2	-
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		431

Tingkat penilaian konsumen terhadap kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan, seperti tabel 4.8 B.

Tabel 4.8 B
Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Kemampuan Hotel Mem berikan
Pelayanan Yang Ramah dan Memuaskan

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	9	5	45
Baik	57	4	228
Sedang	30	3	90
Tidak baik	4	2	8
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		371

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 86,07 % {tingkat kesesuaian = $(371 : 431) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 86,07 %.

C. Responsiveness

Dalam analisis ini terdapat dua hal yang akan dibahas, yaitu :

1. Karyawan Hotel Inna Garuda memiliki daya tanggap yang cepat dalam melayani konsumen

Kecekatan dan kemampuan mengerti dari karyawan terhadap segala sesuatu yang menjadi kebutuhan konsumen merupakan salah satu faktor yang penting, karena bagaimanapun juga karyawan yang cepat dalam menangani masalah konsumen secara tidak langsung dapat mengurangi keluhan dari konsumen. Oleh karena itu hal ini dapat mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap konsumennya.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap karyawan hotel yang memiliki daya tanggap yang cepat dalam melayani konsumen, seperti pada tabel 4.9 A

Tabel 4.9 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Karyawan Hotel Inna Garuda Yang Memiliki Daya Tanggap Yang Cepat Dalam Melayani Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	43	5	215
Penting	48	4	192
Sedang	9	3	27
Tidak penting	-	2	-
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		434

Tingkat penilaian konsumen terhadap karyawan hotel yang memiliki daya tanggap yang cepat dalam melayani konsumen, seperti pada tabel 4.9

B.

Tabel 4.9 B
Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Karyawan Hotel Inna Garuda Yang Memiliki Daya Tanggap Yang Cepat Dalam Melayani Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	20	5	100
Baik	50	4	200
Sedang	30	3	90
Tidak baik	-	2	-
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		390

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 89,86 % {tingkat kesesuaian = $(390 : 434) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 89,86 %.

2. Hotel Inna Garuda menyediakan media untuk mendengar dan menerima keluhan, saran dan kritik dari konsumen

Dibutuhkan kemampuan untuk cepat merespon dari perusahaan terhadap keluhan, saran dan kritik yang disampaikan oleh konsumen. Suatu masalah yang dapat diselesaikan dengan baik oleh perusahaan dapat memberikan kesan yang baik bagi konsumen sehingga konsumen tidak akan merasa kecewa.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap penyediaan media untuk mendengar dan menerima keluhan, saran dan kritik dari konsumen, seperti pada tabel 4.10 A

Tabel 4.10 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Hotel Inna Garuda Yang Menyediakan Media Untuk Mendengar dan Menerima Keluhan, Saran dan Kritik Dari Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	66	5	330
Penting	13	4	52
Sedang	17	3	51
Tidak penting	4	2	8
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		441

Tingkat penilaian konsumen terhadap penyediaan media untuk mendengar dan menerima keluhan, saran dan kritik dari konsumen, seperti pada tabel 4.10 B

Tabel 4.10 B
Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Hotel Inna Garuda Yang Menyediakan Media Untuk Mendengar dan Menerima Keluhan, Saran dan Kritik Dari Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	17	5	85
Baik	42	4	168
Sedang	37	3	111
Tidak baik	4	2	8
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		372

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 84,35 % {tingkat kesesuaian = $(372 : 441) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 84.35 %.

D. Analisis Assurance

Dalam analisis ini terdapat dua hal yang akan dibahas, yaitu :

1. Hotel Inna Garuda mampu memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan kepada konsumen

Jaminan keamanan dan kepercayaan dari perusahaan sangat diperlukan. Karena dengan terjaminnya kedua hal tersebut maka

pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan mampu membentuk kepuasan konsumen.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap kemampuan hotel memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan kepada konsumen, seperti pada variabel tabel 4.11 A

Tabel 4.11 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Hotel Inna Garuda Mampu Memberikan Jaminan Keamanan dan Kepercayaan Kepada Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	43	5	215
Penting	36	4	144
Sedang	21	3	63
Tidak penting	-	2	-
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		422

Tingkat penilaian konsumen terhadap kemampuan hotel memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan kepada konsumen, seperti pada tabel 4.11 B

Tabel 4.11 B

Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Hotel Inna Garuda Mampu Memberikan Jaminan Keamanan dan Kepercayaan Kepada Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	27	5	135
Baik	41	4	164
Sedang	31	3	93
Tidak baik	1	2	2
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		394

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 93,36 % {tingkat kesesuaian = $(394 : 422) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 93,96 %.

2. Karyawan hotel Inna Garuda memiliki pengetahuan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen

Adanya kelancaran komunikasi antara pihak hotel dengan konsumen dapat mempermudah dalam penyampaian jasa secara maksimal sehingga pihak hotel dapat memenuhi keinginan konsumen. Maka dari itu kemampuan dalam menyampaikan informasi merupakan faktor yang penting yang hendaknya senantiasa diperhatikan.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap karyawan hotel yang memiliki pengetahuan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, seperti pada tabel 4.12 A

Tabel 4.12 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Karyawan hotel Inna Garuda Yang Memiliki Pengetahuan Dalam Memberikan Informasi Yang Dibutuhkan Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	55	5	175
Penting	52	4	208
Sedang	13	3	39
Tidak penting	-	2	-
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		422

Tingkat penilaian konsumen terhadap karyawan hotel yang memiliki pengetahuan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, seperti pada tabel 4.12 B

Tabel 4.12 B

Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Karyawan hotel Inna Garuda Yang Memiliki Pengetahuan Dalam Memberikan Informasi Yang Dibutuhkan Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	18	5	90
Baik	55	4	220
Sedang	27	3	81
Tidak baik	-	2	-
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		391

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 92,65 % {tingkat kesesuaian = $(391 : 422) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 92.65 %.

E. Analisis Emphaty

Dalam analisis ini terdapat tiga hal yang akan dibahas, yaitu :

1. Hotel Inna Garuda memberikan kemudahan pelayanan yang dibutuhkan konsumen

Kemudahan pelayanan merupakan hal yang penting yang hendaknya senantiasa ditingkatkan oleh pihak hotel. Karena

kemudahan tersebut dapat langsung dirasakan dan dinilai oleh konsumen yang nantinya akan berujung pada kepuasan konsumen.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap kemudahan pelayanan yang dibutuhkan konsumen, seperti pada tabel 4.13 A

Tabel 4.13 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Hotel Inna Garuda Memberikan Kemudahan Pelayanan Yang Dibutuhkan Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	60	5	300
Penting	26	4	104
Sedang	14	3	42
Tidak penting	-	2	-
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		446

Tingkat penilaian konsumen terhadap kemudahan pelayanan yang dibutuhkan konsumen, seperti pada tabel 4.13 B.

Tabel 4.13 B

Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Hotel Inna Garuda Memberikan Kemudahan Pelayanan Yang Dibutuhkan Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Daiam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	23	5	115
Baik	49	4	196
Sedang	24	3	72
Tidak baik	4	2	-
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		383

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 85,87 % {tingkat kesesuaian = $(383 : 446) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 85,87 %.

- Hotel Inna Garuda memberikan komunikasi yang baik dalam menyampaikan informasi

Informasi tentang berbagai hal yang menyangkut pelayanan jasa hendaknya disampaikan dengan baik dan jelas sehingga pihak hotel dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara maksimal.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap kemanpuan hotel

dalam memberikan komunikasi yang baik dalam menyampaikan informasi, seperti tabel 4.14 A

Tabel 4.14 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Hotel Inna Garuda Yang Memberikan Komunikasi Yang Baik Dalam Menyampaikan Informasi

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	50	5	250
Penting	30	4	120
Sedang	15	3	45
Tidak penting	5	2	10
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		425

Tingkat penilaian konsumen terhadap kemampuan hotel dalam memberikan komunikasi yang baik dalam menyampaikan informasi, seperti tabel 4.14 B

Tabel 4.14 B
Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Hotel Inna Garuda Yang Memberikan Komunikasi Yang Baik Dalam Menyampaikan Informasi

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	21	5	105
Baik	37	4	148
Sedang	37	3	111
Tidak baik	5	2	10
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		374

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 88% {tingkat kesesuaian = $(374 : 425) \times 100\%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 88 %.

3. Kemampuan hotel memberikan perhatian secara khusus kepada konsumen

Dengan perhatian khusus yang diberikan kepada konsumen dapat membuat konsumen merasa diperhatikan dan tidak dirugikan sehingga faktor ini perlu diperhatikan oleh pihak hotel.

Dalam hal ini 100 orang responden telah memberikan jawaban tentang tingkat kepentingan konsumen terhadap kemampuan hotel memberikan perhatian khusus kepada konsumen, seperti tabel 4.15 A

Tabel 4.15 A
Tingkat Kepentingan Konsumen Terhadap Kemampuan Hotel Men berikan Perhatian Secara Khusus Kepada Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat penting	34	5	170
Penting	42	4	168
Sedang	24	3	72
Tidak penting	-	2	-
Sangat tidak penting	-	1	-
Jumlah	100		410

Tingkat penilaian konsumen terhadap kemampuan hotel memberikan perhatian khusus kepada konsumen, seperti tabel 4.15 B

Tabel 4.15 B
Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Kemampuan Hotel Memberikan Perhatian Secara Khusus Kepada Konsumen

Jawaban yang Diberikan	Jumlah Responden Dalam		Skor
	Angka	Bobot	
Sangat baik	9	5	45
Baik	43	4	172
Sedang	48	3	144
Tidak baik	-	2	-
Sangat Tidak baik	-	1	-
Jumlah	100		361

Penggabungan dari kedua jawaban pada tabel diatas dapat ditunjukkan tingkat kesesuaian yang dicapai sebesar 88,04% {tingkat kesesuaian = $(361 : 410) \times 100 \%$ } dengan demikian tingkat kepentingan konsumen telah terpenuhi sebesar 88,04%

Tabel 4.16

Perhitungan Rata-rata Nilai Pelaksanaan dan Kepentingan Pada Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan Hotel Inna Garuda Yogyakarta

No	Pertanyaan Variabel	Penilaian Pelaksanaan	Penilaian Kepentingan	X	Y	Kesesuaian (%)
1	Tangible 1	378	429	3,78	4,29	88,11 %
2	Tangible 2	350	433	3,50	4,33	80,83 %
3	Tangible 3	366	435	3,66	4,35	84,13 %
4	Reliability 1	377	441	3,77	4,41	85,48 %
5	Reliability 2	371	431	3,71	4,31	86,07 %
6	Responsiveness 1	390	434	3,90	4,34	89,86 %
7	Responsiveness 2	372	441	3,72	4,41	84,35 %
8	Assurance 1	394	422	3,94	4,22	93,36 %
9	Assurance 2	391	422	3,91	4,22	92,65 %
10	Emphaty 1	383	446	3,83	4,46	85,87 %
11	Emphaty 2	374	425	3,74	4,25	88 %
12	Emphaty 3	361	410	3,61	4,10	88,04 %
	Rata-Rata (X dan Y)			3,75	4,30	

Tabel 4.17
 Nilai Rata-rata dari Determinan Kualitas Jasa Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Hotel Inna Garuda Yogyakarta

No	Determinan Kualitas Jasa	Pelaksanaan (X)	Kepentingan (Y)	Kesesuaian (%)
1	Tangible	3,64	4,32	84,35 %
2	Reliability	3,74	4,36	85,77 %
3	Responsiveness	3,81	4,37	87,10 %
4	Assurance	3,92	4,22	93 %
5	Emphaty	3,72	4,27	87,30 %

Dari hasil yang diuraikan pada tabel diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tingkat Kepentingan (Harapan)

Jika dilihat dari tingkat kepentingan pelanggan terdapat peringkat (ranking) yang mereka harapkan dapat mereka terima sebagai berikut :

- Pertama : Variabel Responsiveness , nilai rata-rata : 4,37
 Kedua : Variabel Reliability , nilai rata-rata : 4,36
 Ketiga : Variabel Tangible , nilai rata-rata : 4,32
 Keempat : Variabel Emphaty , nilai rata-rata : 4,27
 Kelima : Variabel Assurance , nilai rata-rata : 4,22

Dari peringkat diatas terlihat bahwa konsumen dalam memilih sebuah hotel sebagai penyedia jasa penginapan, masih lebih memilih variabel responsiveness yaitu kemauan, respon, dan kesigapan untuk melayani dan membantu konsumen dengan cepat dan tanggap, serta variabel reliability yaitu kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan

konsisten dalam melakukan layanan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Sedangkan variabel assurance yaitu kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dan pengetahuan dalam memberikan informasi, kemempuan dalam memberikan keamanan dan menanamkan kepercayaan kepada konsumen, masih merupakan prioritas terakhir bagi konsumen.

Oleh karena itu, yang diinginkan konsumen dalam memilih sebuah hotel adalah faktor kemampuan hotel dalam merespon dan melayani konsumen dengan cepat.

2. Tingkat Pelaksanaan (Performa / Kinerja)

Dalam pelaksanaan yang ditunjukkan hotel, dari kelima determinan kualitas jasa yang diterima konsumen dapat diurutkan sesuai dengan nilai tertinggi sebagai berikut :

Pertama	: Variabel Assurance	, nilai rata-rata : 3,92
Kedua	: Variabel Responsiveness	, nilai rata-rata : 3,81
Ketiga	: Variabel Reliability	, nilai rata-rata : 3,74
Keempat	: Variabel Emphaty	, nilai rata-rata : 3,72
Kelima	: Variabel Tangible	, nilai rata-rata : 3,64

Pelaksanaan (performa / kinerja) dikatakan baik bila hasil perhitungan rata-ratanya berada diantara 3,50 sampai dengan 4,50 (Supratno, J. MA).

Apabila melihat hasil kinerja hotel seperti yang tertera diatas, terlihat hasil perhitungan rata-rata yang diperoleh adalah diantara 3,64 sampai dengan 3,92 maka secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa pelaksanaan yang diberikan pihak manajemen sudah sesuai dengan tingkat

prioritas kepentingan konsumen hotel. Hanya saja perlu diperhatikan pada variabel assurance.

3. Tingkat Kesesuaian

Jika dibandingkan antara pelaksanaan manajemen hotel dengan kepentingan konsumen diperoleh tingkat kesesuaian yang dapat diurutkan sesuai dengan presentase tertinggi sebagai berikut :

Pertama	: Variabel Assurance	, nilai rata-rata: 93 %
Kedua	: Variabel Emphaty	, nilai rata-rata: 87,30 %
Ketiga	: Variabel Responsiveness	, nilai rata-rata: 87,10 %
Keempat	: Variabel Reliability	, nilai rata-rata: 85,77 %
Kelima	: Variabel Tangible	, nilai rata-rata: 84,35 %

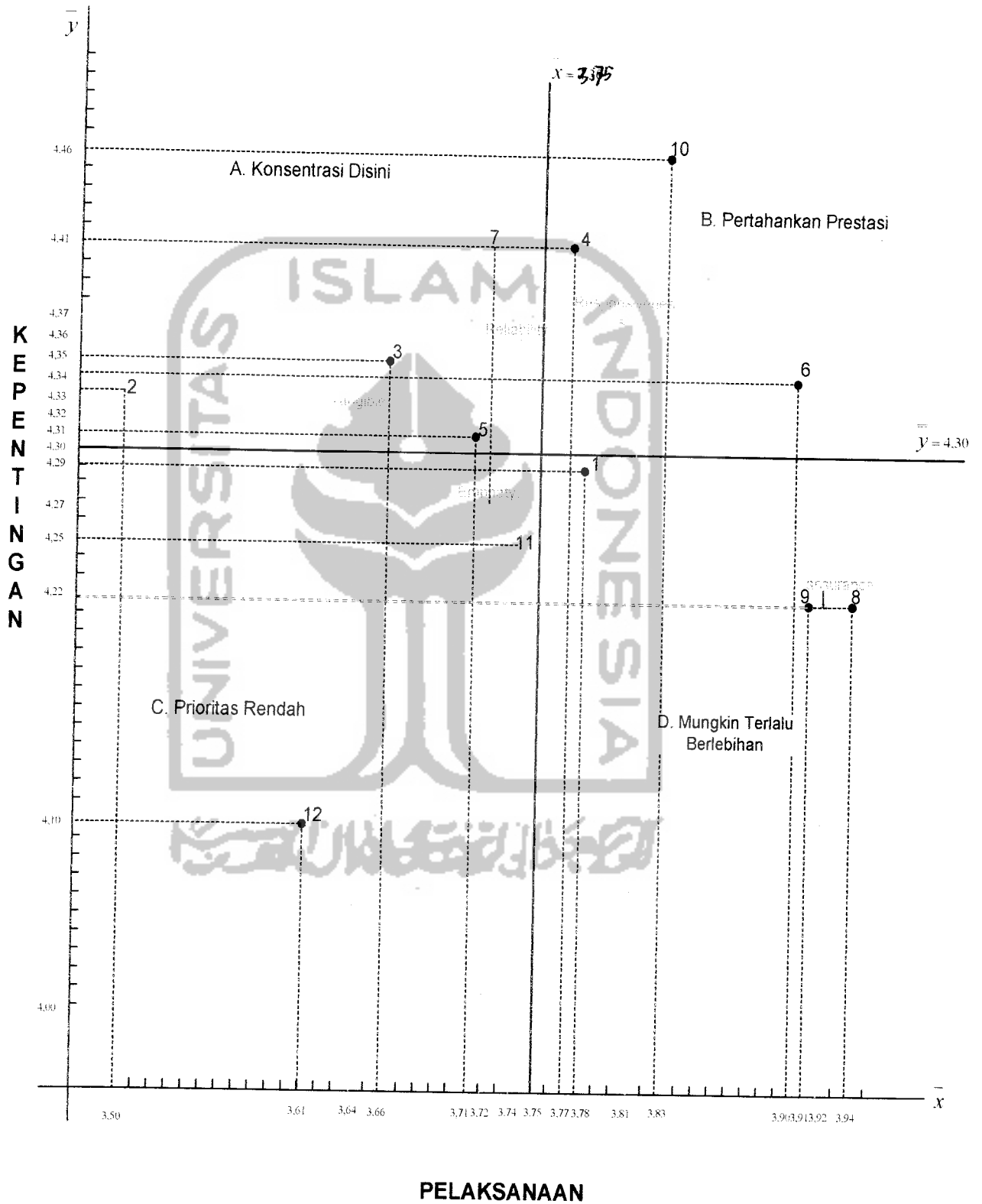
Dari data diatas, terlihat bahwa tingkat kesesuaian antara pelaksanaan yang ditunjukkan oleh hotel dengan kepentingan konsumen berada diantara 84,35 % sampai dengan 93 % dimana bila dilihat dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan pelanggan yang lebih utama adalah variabel assurance.

❖ Analisis Diagram Kartesius

Jika kita lihat dari hasil pada table 4.13 diatas, analisis kepentingan dan pelaksanaan dapat digunakan untuk memeringkat berbagai elemen dari kumpulan jasa serta mengidentifikasi berbagai macam tindakan yang perlu dilakukan oleh pihak manajemen hotel. Peringkat kedua belas elemen yang mempengaruhi konsumen dalam memilih hotel tersebut dibagi menjadi empat bagian kuadran seperti diagram 4.1 berikut ini :

Diagram 4.2

Diagram Kartesius



Dari diagram kertesius diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga mengecewakan / tidak puas.

Elemen-elemen atau atribut jasa yang termasuk dalam kuadran ini yaitu :

- Hotel Inna Garuda bersih dan rapi (elemen 2)
- Penampilan karyawan hotel Inna Garuda sopan dan rapi (elemen 3)
- Kemampuan hotel memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan (elemen 5)
- Hotel Inna Garuda menyediakan media untuk mendengar dan menerima keluhan, saran dan kritik dari konsumen (elemen 7)

2. Kuadran B

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Elemen-elemen atau atribut jasa yang termasuk dalam kuadran ini yaitu :

- Karyawan hotel Inna Garuda melayani secara konsisten, cermat dan teliti (elemen 4)

- Karyawan hotel Inna Garuda memiliki daya tanggap yang cepat dalam melayani konsumen (elemen 6)
- Hotel Inna Garuda memberikan kemudahan pelayanan yang dibutuhkan konsumen (elemen 10)

3. Kuadran C

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Elemen-elemen atau atribut jasa yang termasuk dalam kuadran ini yaitu :

- Hotel inna Garuda memberikan komunikasi yang baik dalam menyampaikan informasi (elemen 11)
- Kemampuan hotel memberi perhatian secara khusus kepada konsumen (elemen 12)

4. Kuadran D

Menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

Elemen-elemen atau atribut jasa yang termasuk dalam kuadran ini yaitu :

- Fasilitas yang ada di hotel Inna Garuda mampu menunjang kepuasan konsumen (elemen 1)

- Hotel Inna Garuda mampu memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan kepada konsumen (elemen 8)
- Karyawan Hotel Inna Garuda memiliki pengetahuan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen (elemen 9)

